

## **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Diseño de interfaz gráfica web para dar a conocer en internet a clientes reales y potenciales, las tarimas de embalaje que vende la empresa Zunilito Trading Company.

Guatemala, Guatemala, 2018.

### **PROYECTO DE GRADUACIÓN**

Presentado a la facultad de Ciencias de la comunicación

Guatemala C.A.

#### **Elaborado por:**

Christian Pavel Medina González

Carné: 08001677

Para optar al título de:

### **LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la asunción, enero de 2018

Diseño de interfaz gráfica web para dar a conocer en internet a clientes reales y potenciales, las tarimas de embalaje que vende la empresa Zunilito Trading Company.

Guatemala, Guatemala, 2018.

Christian Pavel Medina González

08001677

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Enero 2018

Guatemala 10 de abril de 2017

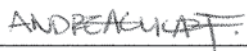
Licenciado  
Leizer Kachler  
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:  
**DISEÑO DE INTERFAZ GRÁFICA WEB PARA DAR A CONOCER EN INTERNET A CLIENTES REALES Y POTENCIALES, LAS TARIMAS DE EMBALAJE QUE VENDE LA EMPRESA ZUNILITO TRADING COMPANY. GUATEMALA, GUATEMALA 2018.** Así mismo solicito que la Licenciada Carmen Andrea Aguilar Flores sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,

  
\_\_\_\_\_  
**Christian Pavel Medina González**  
08001677

  
\_\_\_\_\_  
**Licda. Carmen Andrea Aguilar Flores**  
Asesora



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 09 de mayo de 2017

**Señor:**  
**Christian Pavel Medina González**  
**Presente**

Estimado Señor Medina:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE INTERFAZ GRÁFICA WEB PARA DAR A CONOCER EN INTERNET A CLIENTES REALES Y POTENCIALES, LAS TARIMAS DE EMBALAJE QUE VENDE LA EMPRESA ZUNILITO TRADING COMPANY. GUATEMALA, GUATEMALA 2018.** Así mismo, se aprueba a la Licda. Carmen Andrea Aguilar Flores, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

---

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**





**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 04 de enero de 2018

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**  
**Universidad Galileo**

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE INTERFAZ GRÁFICA WEB PARA DAR A CONOCER EN INTERNET A CLIENTES REALES Y POTENCIALES, LAS TARIMAS DE EMBALAJE QUE VENDE LA EMPRESA ZUNILITO TRADING COMPANY. GUATEMALA, GUATEMALA 2018.** Presentado por el estudiante: Christian Pavel Medina González, con número de carné: 08001677, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

*ANDREA AGUILAR FLORES*

**Licda. Carmen Andrea Aguilar Flores**  
**Asesora**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 02 de febrero de 2018

Señor  
Christian Pavel Medina González  
Presente

Estimado Señor Medina:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

---

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Ciudad de Guatemala, 16 de marzo de 2018.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE INTERFAZ GRÁFICA WEB PARA DAR A CONOCER EN INTERNET A CLIENTES REALES Y POTENCIALES, LAS TARIMAS DE EMBALAJE QUE VENDE LA EMPRESA ZUNILITO TRADING COMPANY. GUATEMALA, GUATEMALA 2018***, del Estudiante Christian Pavel Medina González, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porrés Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 19 de marzo de 2018

**Señor:**  
**Christian Pavel Medina González**  
**Presente**

Estimado Señor Medina:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado **DISEÑO DE INTERFAZ GRÁFICA WEB PARA DAR A CONOCER EN INTERNET A CLIENTES REALES Y POTENCIALES, LAS TARIMAS DE EMBALAJE QUE VENDE LA EMPRESA ZUNILITO TRADING COMPANY. GUATEMALA, GUATEMALA 2018.** Presentado por el estudiante: Christian Pavel Medina González, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

---

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

## **Autoridades**

### **Rector**

Dr. Eduardo Suger Cofiño

### **Vicerrectoría**

Dra. Mayra de Ramírez

### **Vicerrector Administrativo**

Lic. Jean Paul Suger Castillo

### **Secretario General**

Lic. Jorge Retolaza

### **Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Lic. Leizer Kachler

### **Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc.

## Resumen

A través del acercamiento con la empresa Zunilito Trading Company se identificó que la empresa no cuenta con un diseño de interfaz gráfica web que le permita dar a conocer en internet a clientes reales y potenciales, las tarimas de embalaje que vende.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar interfaz gráfica web para dar a conocer en internet a clientes reales y potenciales, las tarimas de embalaje que vende la empresa Zunilito Trading Company.

El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuanti y cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evaluó el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 25 personas, entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que se diseñó una interfaz gráfica web para dar a conocer en internet a clientes reales y potenciales, las tarimas de embalaje que vende la empresa Zunilito Trading Company. Se recomendó incluir la dirección de la web en la papelería de Zunilito Trading Company e incluirlo en las redes sociales, para darlo a conocer al grupo objetivo y lograr así el crecimiento de la cartera de clientes.

Para efectos legales únicamente el autor Christian Pavel Medina González es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Portada interior.....	i
Carta de solicitud de tema (estudiante a FACOM).....	ii
Carta de aprobación de tema y asesora (FACOM a estudiante).....	iii
Carta de asesora entera satisfacción del proyecto.....	iv
Carta de información de examen privado.....	v
Carta de corrector de estilo.....	vi
Carta de publicación del proyecto (FACOM a estudiante).....	vii
Autoridades de la Universidad.....	viii
Resumen o sinopsis.....	ix
Hoja de autoría.....	x

## Índice

<b>Capítulo i Introducción.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Introducción.....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo ii Problemática.....</b>	<b>2</b>
<b>2.1 Contexto.....</b>	<b>2</b>
<b>2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.....</b>	<b>3</b>
<b>2.3 Justificación.....</b>	<b>3</b>
<b>2.3.1 Magnitud.....</b>	<b>3</b>
<b>2.3.1.1 Gráfica de magnitud.....</b>	<b>4</b>



2.3.2 Vulnerabilidad.....	4
2.3.3 Trascendencia.....	5
2.3.4 Factibilidad.....	5
2.3.4.1 Recursos humanos.....	5
2.3.4.2 Recursos organizacionales.....	6
2.3.4.3 Recursos económicos.....	6
2.3.4.4 Recursos tecnológicos.....	6
Capítulo iii: Objetivos del diseño .....	7
3.1 Objetivo general.....	7
3.2 Objetivos específicos.....	7
Capítulo iv: Marco de Referencia .....	8
4.1 Información general del cliente .....	8
Capítulo v: Definición del grupo objetivo. ....	13
5.1 Perfil geográfico.....	13
5.2 Perfil demográfico .....	13
5.3 Perfil psicográfico.....	14
5.4 Perfil conductual.....	14
Capítulo vi: Marco teórico.....	15
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio .....	15
6.1.1 Empresa.....	15
6.1.2 Exportación.....	15
6.1.3 Comercialización.....	16

6.1.4 Importación.....	16
6.1.5 Producción. ....	17
6.1.6 Producto. ....	17
6.1.7 Tarima. ....	17
6.1.8 Estibado.....	18
6.1.9 Madera. ....	18
6.1.10 Embalaje. ....	19
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño. ....	19
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.....	19
6.2.1.1 Comunicación. ....	19
6.2.1.2 Elementos de la comunicación. ....	20
6.2.1.3 Comunicación externa. ....	21
6.2.1.4 Comunicación verbal. ....	21
6.2.1.5 Proceso de comunicación. ....	22
6.2.1.6 Comunicación escrita. ....	22
6.2.1.7 Internet. ....	22
6.2.1.8 WWW.....	23
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.....	23
6.2.2.1 Diseño. ....	23
6.2.2.2 Diseño gráfico. ....	23
6.2.2.3 Diseño web.....	24
6.2.2.4 Interfaz gráfica web .....	25
6.2.2.5 Diseño adaptativo.....	25
6.2.2.6 Maquetación web. ....	26

6.2.2.7 Diagramación.....	26
6.2.2.8 Color. ....	27
6.2.2.9 Principales autores del diseño gráfico. ....	27
6.2.2.9.1 Miguel de Lorenzi. ....	27
6.2.2.9.2 Rubén Fontana. ....	27
<b>6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.....</b>	<b>28</b>
6.3.1 Ciencias auxiliares.....	28
6.3.1.1 Semiología. ....	28
6.3.1.2 Semiología de la imagen.....	29
6.3.1.3 Sociología. ....	29
6.3.1.4 Cibernética. ....	30
6.3.1.5 Psicología. ....	30
6.3.1.6 Psicología del color.....	31
6.3.1.7 Lingüística.....	31
6.3.2 Artes.....	32
6.3.2.1 Fotografía.....	32
6.3.2.2 Artes tipográficas. ....	33
6.3.3 Teorías.....	34
6.3.3.1 Teoría del color. ....	34
6.3.3.2 Teoría de la Gestalt. ....	34
6.3.3.3 Teorías del recorrido visual. ....	35
6.3.1.4 Publicidad.....	36
6.3.4 Tendencias.....	36
6.3.4.1 Diseño plano.....	36

6.3.4.3 <i>Minimalismo</i> .....	37
<b>Capítulo vii: Proceso de diseño y propuesta preliminar.</b> .....	<b>38</b>
<b>7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico</b> .....	<b>38</b>
7.1.1 Comunicación. ....	38
7.1.2 Diseño. ....	38
7.1.3 Semiología. ....	38
7.1.4 Semiología de la imagen.....	38
7.1.5 Sociología.....	39
7.1.6 Cibernética.....	39
7.1.7 Psicología.....	39
7.1.8 Psicología del color.....	39
7.1.9 Lingüística.....	40
7.1.10 Fotografía.....	40
7.1.11 Artes tipográficas. ....	40
7.1.12 Diseño plano.....	40
7.1.13 Minimalismo .....	41
<b>7.2 Conceptualización</b> .....	<b>41</b>
7.2.1 Método.....	41
7.2.2 Definición del concepto. ....	43
<b>7.3 Bocetaje</b> .....	<b>44</b>
7.3.1 Proceso de bocetaje interfaz gráfica web .....	45
7.3.2 Proceso de digitalización de bocetos .....	52
<b>7.4 Propuesta preliminar</b> .....	<b>54</b>

<b>Capítulo viii: Validación Técnica.....</b>	<b>62</b>
<b>8.1 Población y muestreo. ....</b>	<b>62</b>
<b>8.2 Método e instrumento .....</b>	<b>63</b>
<b>8.3 Resultados e interpretación de resultados.....</b>	<b>65</b>
<b>8.4 Cambios con base a los resultados .....</b>	<b>79</b>
<b>8.4.1 Quiénes somos.....</b>	<b>79</b>
<b>8.4.2 Productos.....</b>	<b>81</b>
<b>8.4.3 Proyectos .....</b>	<b>83</b>
<b>Capítulo ix: Propuesta Gráfica Final .....</b>	<b>85</b>
<b>9.1 Interfaz gráfica web.....</b>	<b>85</b>
<b>Capítulo x: Producción, reproducción y distribución.....</b>	<b>93</b>
<b>10.1 Plan de costo de elaboración.....</b>	<b>93</b>
<b>10.2 Plan de costo de producción .....</b>	<b>93</b>
<b>10.3 Plan de costo de reproducción.....</b>	<b>93</b>
<b>10.4 Plan de costo de distribución .....</b>	<b>94</b>
<b>10.5 Margen de utilidad .....</b>	<b>94</b>
<b>10.6 Iva.....</b>	<b>94</b>
<b>10.7 Cuadro con resumen general de costos .....</b>	<b>95</b>
<b>Capítulo xi: Conclusiones y recomendaciones .....</b>	<b>96</b>
<b>11.1 Conclusiones.....</b>	<b>96</b>
<b>11.2 Recomendaciones.....</b>	<b>97</b>
<b>Capítulo xii: Conocimiento General .....</b>	<b>98</b>

<b>Capítulo xiii: Referencias.....</b>	<b>99</b>
<b>13.1 Referencia de documentos físicos.....</b>	<b>99</b>
<b>13.2 Referencias electronicas .....</b>	<b>100</b>
<b>Capítulo xiv: Anexos .....</b>	<b>105</b>

# **CAPÍTULO I**

## **INTRODUCCIÓN**

## Capítulo I Introducción

### 1.1 Introducción.

El presente proyecto de graduación brinda una solución a la problemática de comunicación que se logra detectar en la empresa Zunilito Trading Company, que se dedica a la comercialización de tarimas de madera.

Actualmente no cuenta con ningún material de comunicación visual que muestre en internet los productos que ofrecen.

Por lo que se elabora el proyecto titulado “Diseño de interfaz gráfica de sitio web para dar a conocer en internet a clientes reales y potenciales, las tarimas de embalaje que vende la empresa Zunilito Trading Company”.

Para dar inicio se investiga acerca de diseño web para conocer tendencias, ciencias, artes, teorías que respaldan el proyecto.

Se realiza el bocetaje y diagramación de la propuesta con los elementos gráficos de cada sección de la interfaz gráfica web. Posteriormente se digitalizan los bocetos, se incorporan las imágenes y textos que conforman la estructura de la interfaz gráfica web.

Para verificar si el proyecto es funcional se realiza un proceso de validación que consiste en una encuesta que permite recolectar los datos del cliente, grupo objetivo y expertos en el área de comunicación y diseño.

La interfaz gráfica web va a permitir que la empresa Zunilito Trading Company pueda darse a conocer y tener presencia en internet.



# **CAPÍTULO II**

## **PROBLEMÁTICA**

## Capítulo II Problemática

La empresa Zunilito Trading Company, actualmente carece de un sitio web que permita dar a conocer a través de internet sus productos, es por ello que pocas personas conocen dicha empresa. Es necesario crear una interfaz gráfica web que permita a los clientes reales y potenciales ingresar e informarse acerca de las tarimas de embalaje que vende la empresa.

### 2.1 Contexto:

Zunilito Trading Company es una empresa que opera desde hace 8 meses y se ha mantenido en constante crecimiento. Esta empresa se especializa en la comercialización y distribución de tarimas de madera para embalaje, sus clientes se encuentran en Guatemala y Honduras, su mayor cartera de clientes se localiza en Guatemala. Se realiza una cita con la Licenciada Carolina Zelaya (Directora Comercial) y se analiza en conjunto la problemática de comunicación, con la finalidad de establecer un plan de acción que permita dar a conocer a la empresa Zunilito Trading Company.

Por este motivo se acuerda que, para alcanzar a los clientes reales y potenciales de una manera masiva, es necesario diseñar una interfaz gráfica web, porque al incorporar un sitio web, éste va a contribuir a que la empresa incremente su productividad y llegue a un mayor número de personas. De esta manera puede aumentar su cartera de clientes en Guatemala y Honduras. Hasta el momento la empresa se ha dado a conocer por la publicidad de boca en boca.

En el diseño de la interfaz gráfica web se tiene que tomar en cuenta que la navegación debe ser sencilla y contener toda la información que los usuarios necesitan acerca de los

productos y de la empresa, para que la encuentren con facilidad y que de usuarios se conviertan en clientes de la empresa.

## **2.2 Requerimiento de comunicación y diseño:**

La empresa Zunilito Trading Company no cuenta con un diseño de interfaz gráfica web que le permita dar a conocer en internet a clientes reales y potenciales, las tarimas de embalaje que vende.

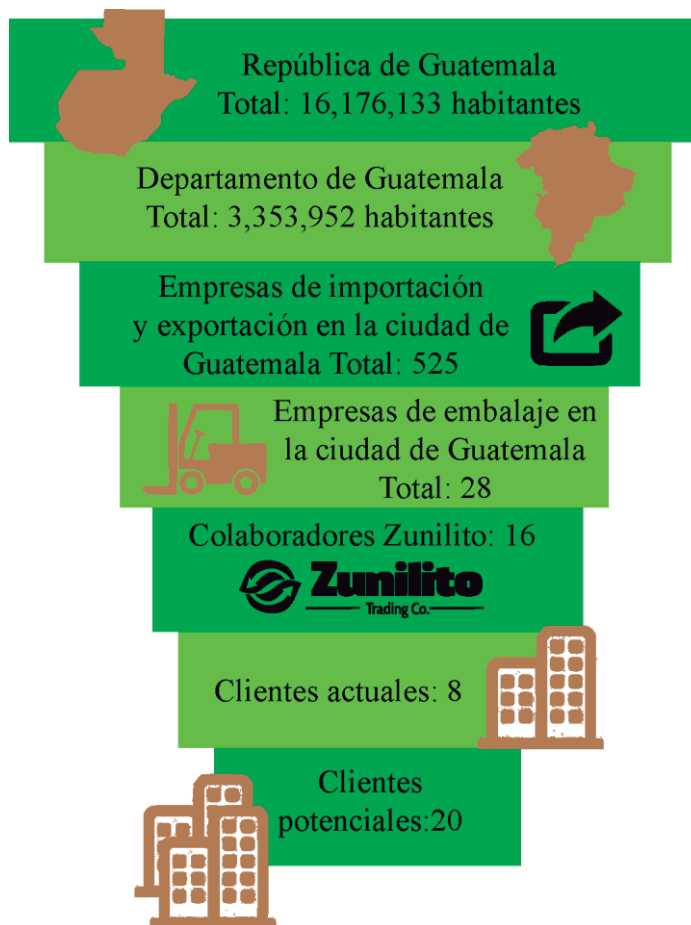
## **2.3 Justificación:**

Para sustentar las razones por las que se considera importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables:

### **2.3.1 Magnitud:**

El territorio de Guatemala cuenta con una población de 16,176,133 habitantes y el departamento de Guatemala cuenta con 3,353,952 habitantes (Multivex Sigma Dos, 2015). Se estima que en la Ciudad de Guatemala hay 525 empresas que se dedican a la importación y exportación (Agexport, 2016), en la Ciudad de Guatemala se considera que hay un aproximado de 28 empresas de venta, importación y exportación de tarimas para embalaje (Páginas Amarillas, s.f). Zunilito Trading Company cuenta con 16 colaboradores, los clientes actuales son 8 empresas, con este proyecto se desea llegar alrededor de 40 clientes potenciales.

### 2.3.1.1 Gráfica de magnitud



Fuente: Elaboración propia, Christian Medina, 2017.

### 2.3.2 Vulnerabilidad.

La empresa Zunilito Trading Company se ve afectada al no contar con una interfaz gráfica web, por lo que no puede dar a conocer los productos que ofrece ni información importante como: precio, dimensiones, resistencia y material a través de internet.

La empresa se ve limitada al no promocionarse a través de internet, esto hace que la comercialización de los productos no tenga mayor alcance, ya que no puede mostrar la materia prima que se utiliza para fabricar las tarimas de embalaje, así como las dimensiones y características específicas de las tarimas que produce, esto limita la comunicación con los

clientes reales y potenciales, debido a que se enteran de la empresa por recomendación de alguien más.

### **2.3.3 Trascendencia.**

Cuando la empresa Zunilito Trading Company inicie la implementación de la interfaz gráfica web, los jefes de compras de las empresas que se dedican a la importación y exportación de productos pueden conocer las tarifas. La interfaz gráfica web permite la observación y correcta presentación de los productos, las personas pueden ingresar en cualquier momento y acceder a la información las 24/7.

La empresa puede publicar con facilidad el ingreso de nuevo producto, ofertas, promociones, también mostrar la información de la empresa, como su historia, misión, visión, valores, ubicación y sus productos para generar confianza y credibilidad en los clientes potenciales. La interfaz gráfica web beneficia a la empresa, ya que permite que pueda posicionarse en internet como una empresa que ofrece productos de calidad y precios accesibles. Al utilizar el marketing online con un diseño de interfaz gráfica web adaptativa, permite que el sitio pueda visualizarse en cualquier dispositivo (smartphone, tablet o pc).

### **2.3.4 Factibilidad.**

Este proyecto es factible, ya que Zunilito Trading Company cuenta con recursos humanos, organizacionales, económicos y tecnológicos para la elaboración y la implementación de interfaz gráfica web.

#### ***2.3.4.1 Recursos humanos.***

La empresa Zunilito Trading Company cuenta con personal capacitado y profesional para atender las necesidades y demandas del cliente. El personal administrativo está

disponible para resolver dudas o ampliar información si así lo requieren los clientes. Al implementarse la interfaz gráfica web, se va a contratar a un encargado del sitio web para programar, mantener la optimización del sitio a través de la calidad de contenido y la constante actualización.

#### ***2.3.4.2 Recursos organizacionales.***

La Directora Comercial, Carolina Zelaya, autoriza al personal administrativo para que brinden información acerca de Zunilito Trading Company y den su apoyo al diseñador para llevar a cabo este proyecto.

#### ***2.3.4.3 Recursos económicos.***

La empresa Zunilito Trading Company cuenta con los recursos económicos necesarios para la realización de la interfaz gráfica web.

#### ***2.3.4.4 Recursos tecnológicos.***

Se cuenta con el equipo técnico requerido para la elaboración de la interfaz gráfica web tales como: una computadora adecuada con internet para navegación y consultas, programas de diseño indispensables para la elaboración de la interfaz gráfica web y su producción. Cámara Sony DSC-H20. Programas a utilizar: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Dreamweaver y flash.

**CAPÍTULO III**  
**OBJETIVOS DE**  
**DISEÑO**

## Capítulo III: Objetivos del diseño

### 3.1 Objetivo general:

Diseñar una interfaz gráfica web para dar a conocer en internet a clientes reales y potenciales, las tarimas de embalaje que vende la empresa Zunilito Trading Company.

### 3.2 Objetivos específicos:

3.2.1 Investigar información acerca del diseño y diagramación de interfaz gráfica web, para desarrollar de forma adecuada el proyecto.

3.2.2 Recopilar toda la información necesaria acerca de la empresa Zunilito Trading Company, para definir el contenido y estructura de la interfaz gráfica web.

3.2.3 Diagramar los elementos gráficos de forma ordenada y con jerarquía visual para que la información sea fácil de leer y comprender por el grupo objetivo.

3.2.4 Establecer un menú en donde se identifiquen los productos, e información importante de la empresa, para que el grupo objetivo pueda acceder con facilidad al contenido.



**CAPÍTULO IV**  
**MARCO DE**  
**REFERENCIA**

## Capítulo IV: Marco de Referencia

### 4.1 Información general del cliente

**Nombre:** Zunilito Trading Company -ZUTRACO-

**Dirección:** 18 avenida “A” 6-01 Vista Hermosa 1 Zona 15, Ciudad de Guatemala, Guatemala.

**Correo:** info@zunilito.com

**Teléfono:** (502) 41527263

**Contacto:** Sandra Carolina Zelaya. Directora Comercial.

**Cel:** (502) 41291642

**Antecedentes:** Durante 30 años, el gerente general de Zunilito Trading Company, se dedicó a trabajar en una empresa productora y exportadora de productos agrícolas. Al realizar ese trabajo se identifica la necesidad de productos de embalaje para protección en las empresas que utilizan transporte de carga, con el fin de cumplir con su cadena de abastecimiento internacional y local, no solo agrícola, sino cualquier producto que vaya a ser estibado y necesite protección.

Se utiliza la experiencia de los socios en cuanto a conocimientos de logística, mercadeo, finanzas y demás, para ejecutar un plan que se adapte a las necesidades del mercado.

**Oportunidad identificada:** Guatemala es un país productor de madera, por lo que permite fabricar tarimas de madera para embalaje, con suficiente oferta en el mercado forestal. A diferencia de los países vecinos, que recientemente se han visto afectados por la plaga del gorgojo, esto puede provocar que no se tenga materia prima en Honduras por los siguientes 15 años y que son productores, en su mayoría, de maderas.

**Misión:** Crecer como proveedor internacional en el mercado de tarimas, inspirando confianza, compromiso y valor para nuestro mercado objetivo.

**Visión:** Posicionarnos como empresa líder en la comercialización de tarimas de pino y melina en Guatemala, manteniendo la rentabilidad de operaciones y generando valor para la empresa.

**Delimitación geográfica:** Guatemala.

**Grupo objetivo:** Empresas productoras agrícolas, productoras del sector industrial, con operaciones de exportación, ubicados en el territorio guatemalteco y parte de Honduras, con un requerimiento de al menos 630 tarimas semanales, nuevas, de pino y melina.

**Principal beneficio al grupo objetivo:** Tarimas de calidad, personalizables, de acuerdo a las normativas internacionales y requerimientos de su industria, con las respectivas certificaciones de origen y tratado de la madera, con un servicio logístico justo a tiempo, además de tener stock de reserva en sus países de aproximadamente tres mil tarimas semanales, debidamente tratadas, dando así la capacidad de cubrir con sus contingencias.

**Competencia:** Entre la competencia se encuentra Fedecovera, Indufrosslyn, y varios productores independientes, especialmente en diversas cooperativas en El Progreso y Zacapa.

**Posicionamiento:** Para productores industriales y agrícolas en Guatemala y Centroamérica, Zunilito Trading Company ofrece tarimas de madera de alta calidad, con disponibilidad y entregadas justo a tiempo.

**Factores de diferenciación:** Oferta constante, servicio post venta y respuesta rápida.

**Objetivo de mercadeo:** Establecerse en el mercado de tarimas como la mejor empresa proveedora, sólida, con capacidad de respuesta inmediata y constante en su oferta.

**Objetivo de comunicación:** Dar a conocer en internet a clientes reales y potenciales, las tarimas de embalaje que vende la empresa Zunilito Trading Company.

**Mensajes claves a comunicar:** Informar sobre los productos que ofrece la empresa y satisfacción de los clientes con la calidad de trabajo y producto.

**Estrategia de comunicación:** Utilizar las redes sociales y publicidad, de boca en boca, para direccionar a los clientes reales y potenciales al sitio web.

**Reto del diseño y trascendencia:** Cumplir con los requerimientos y expectativas de la empresa Zunilito Trading Company, al crear una propuesta visual atractiva y funcional, que contenga información que sea clara para el grupo objetivo.

**Materiales a realizar:** Interfaz gráfica web para dar a conocer los productos y servicios que ofrece la empresa a sus clientes actuales y potenciales.

**Productos:** Se cuenta con una variedad de pallets estándar y personalizadas, según necesidad y requerimientos. Su especialidad es la producción de pallets 40"x48" en los dos diseños de mayor uso en el mercado.

**Tipos de Pallets:**

- **4 vías:** Tarima de polín melina o pino tamaño estándar de Taco 4 vías.
- **2 vías:** Tarima de polín melina o pino tamaño estándar de Taco 2 vías.
- **2 y 4 vías:** Tarima de polín melina o pino tamaño estándar de Taco 2 personalizadas y tamaños personalizados.

**Proyectos:** Actualmente se trabaja en la mejora y habilitación del centro de distribución en el km 74 carretera Jacobo Árbenz, Guastatoya. Esto permite una mejor distribución y con esto se espera contar con el suficiente stock.

**Compromiso Social:** Como parte del compromiso social se contempla la recolección, reparación y almacenamiento de los pallets hasta que la empresa los solicite

nuevamente. Al no ser reutilizados, se compra a un precio menor y se re introduce al ciclo, esta opción es muy recomendable si no se cuenta con espacio de almacenamiento.

### Imagotipo:



### Tipografía:

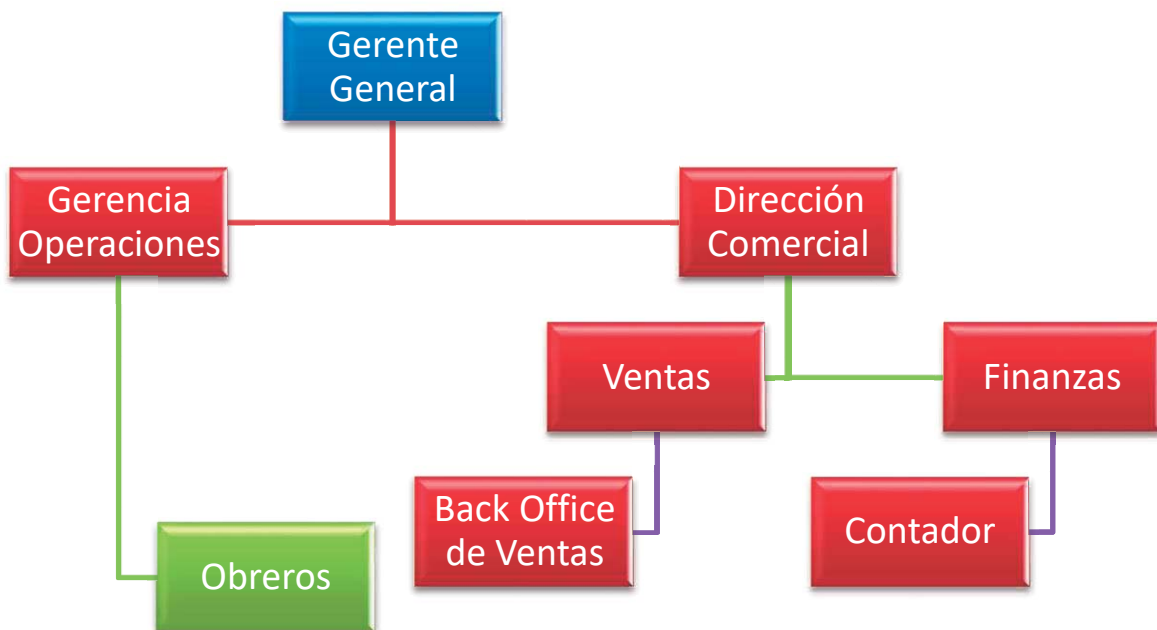
Familia: Steagisler

A b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u e v w x y z -

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ; \$ % & \_ 0 +

### Organigrama:



**Foda:**

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<p>Conocimiento de las necesidades del mercado.</p> <p>Proactividad en la gestión</p> <p>Equipo multidisciplinario</p>	<p>Mercado desatendido</p> <p>Proyección de oferta y demanda afectada por situaciones naturales, están bien controladas y sanas.</p> <p>Diversidad de clientes, en su mayoría con una demanda elástica.</p>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<p>Inicio de operaciones con equipo rentado</p> <p>Capacitación débil en los empleados.</p> <p>Producto de alta rotación, lo cual produce desabastecimiento.</p>	<p>Las variaciones en el tipo de cambio</p> <p>Cambios climáticos</p> <p>Complejos problemas de fiscalización aduanera inadecuada.</p> <p>Plagas</p>

Documento Brief (Véase en anexo A)

# **CAPÍTULO V**

## **GRUPO OBJETIVO**

## Capítulo V: Definición del grupo objetivo.

El diseño de interfaz gráfica web va dirigido al personal del área de compras que laboran en empresas productoras agrícolas, productoras del sector industrial, con operaciones de exportación e importación.

### 5.1 Perfil geográfico.

**Región:** Departamento de Guatemala.

**Tamaño del área:** El departamento de Guatemala cuenta con una extensión territorial de 2,253 km cuadrados (INE, 2015).

**Tamaño de la ciudad:** 692 kilómetros cuadrados.

**Densidad poblacional:** 2, 975, 417 habitantes.

**Clima:** Templado.

**Idioma oficial:** Español.

### 5.2 Perfil demográfico.

**Nivel socioeconómico:** Clase C+.

**Educación:** Licenciatura y Maestría.

**Edades:** 25 a 50 años.

**Desempeño:** Ejecutivo medio, comerciante, vendedor, administrador, comprador.

**Ingresos:** Q.20 mil a Q.40 mil

**Género:** masculino y femenino.

**Ciclo de vida:** solteros, casados sin hijos, casados con hijos.

**Ocupación:** ejecutivo medio.



### 5.3 Perfil psicográfico.

**Hábitos:** Son personas que trabajan tiempo completo, estudian, buscan superación profesional y calidad de vida.

**Hobbies:** Ir de compras, realizar viajes cortos dentro del departamento de Guatemala los fines de semana y salir al cine.

**Actividades:** Salir a correr, leer, estudiar idiomas, navegar por internet, realizar compras por internet, actualización de estados en redes sociales.

**Costumbres:** Buscan salir a centros comerciales los domingos para comer en familia y amigos para distraerse.

### 5.4 Perfil conductual.

El grupo objetivo se ve interesado por los productos que vende la empresa Zunilito Trading Company, ya que ofrece una solución inmediata en la cotización y compra de tarimas para embalaje de mercadería. Los clientes actuales utilizan las tarimas de embalaje para facilitar el almacenaje y protección de los productos, ellos confían en Zunilito Trading Company, ya que ofrece la mejor calidad y precio en el mercado, esto genera fidelidad del consumidor.

La ocasión de compra de los clientes es de una vez al mes, ya que compran por mayoreo.

# **CAPÍTULO VI**

## **MARCO TEÓRICO**

## Capítulo VI: Marco teórico

### 6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio:

#### 6.1.1 Empresa.

Unidad productiva que se agrupa para actividades con fines económicos y comerciales, toma las decisiones sobre la utilización de recursos humanos o económicos para la obtención de bienes o servicios en el mercado. La actividad productiva se basa en la transformación de bienes intermedios a bienes finales, esto se logra al utilizar factores productivos, en este caso el trabajo y capital (Díaz, M., 2015).

En el desarrollo de la empresa es necesario el factor tecnológico para determinar qué factores productivos se necesitan y como se deben distribuir. Debe contar con una organización administrativa y jurídica que le permita generar contratos y captar recursos financieros.

#### 6.1.2 Exportación.

Se define como envío o transferencia de bienes o servicios de un país a otro, esto con fines comerciales. Los envíos se rigen a un conjunto de normas o regulaciones que permiten el control y las relaciones comerciales entre países. La exportación permite el alcance de bienes que países no los producen o bien se obtienen a un precio menor a comparación del mercado local.

La exportación permite a las empresas obtener una ventaja competitiva y así poder ingresar a nuevos mercados, esto pretende lograr un crecimiento continuo con la utilización de productos tradicionales y no tradicionales. Esto ayuda a lograr una expansión a nivel global lo cual incrementa volumen y cartera de clientes (Ventura, S., 2013).

### **6.1.3 Comercialización.**

Se refiere al conjunto de actividades empresariales en las cuales desarrollan procesos de planificación, fijaciones de precios, distribución, promociones para la venta de una determinada mercancía con el fin de llegar al público objetivo y clientes potenciales, asimismo se puede definir como la actividad humana dirigida a satisfacer necesidades y deseos a través del proceso de intercambio (Kotler, P., Armstrong, G., 1980).

La comercialización está formada por todas las actividades que generan y facilitan cualquier tipo de intercambio con la finalidad de satisfacer la necesidad o deseo de un producto o servicio determinado (Stanton, W., Futrell, C., 1987).

### **6.1.4 Importación.**

Acción comercial la cual se basa en la introducción de productos en un determinado país con el fin de comercializarlos. La importación de bienes requiere la participación de aduanas y están sujetos a impuestos y aranceles. La importación básicamente consiste en las transferencias de bienes de otro país al local, no pueden ser comprados necesariamente, pueden ser regalos, donaciones o trueques.

En la importación se encuentran dos tipos, importación de bienes y servicios de consumo e industriales y la importación de bienes y servicios industriales. Las empresas importadoras abastecen de un producto a un precio más barato o de mejor calidad, estos en su mayoría son los fabricados por empresas nacionales o locales (Mendoza, I., 2013).

### **6.1.5 Producción.**

La producción es la transformación de materias primas en productos elaborados, esto lleva un proceso determinado con su respectiva actividad. El proceso de producción se puede tomar en cuenta con la creación de bienes y servicio económicos, también es denominada como la producción para el comercio (Lopez, C., 2001).

En la producción de cualquier producto o servicio es necesario el capital para poder obtener el material, la mano de obra se define como el proceso de transformación del producto y el material es la materia prima con que se va a trabajar.

### **6.1.6 Producto.**

Conjunto de características, atributos, beneficios y usos que permite ser comprado, intercambiado o usado. "Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, además del servicio y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea" (Stanton, W., Etzel, M., Walker, B., 2007).

El producto tiene la capacidad de satisfacer una necesidad específica y representa la oferta de la empresa, puede ser cualquier objeto, servicio o idea.

### **6.1.7 Tarima.**

Plataforma de madera que se utiliza para embalaje o carga, almacenar, transportar, manipular y proteger toda carga y mercancías, básicamente son dos bases con soportes separadas entre sí, lo cual permite su fácil manipulación y manejo. Entre sus propiedades se encuentra la resistencia a los daños accidentales y al maltrato, así también, la capacidad de sostener carga sin flexionarse demasiado y resistencia a la manipulación (Bloch, R., 2012).

Entre sus beneficios se encuentran que son reutilizables y de un costo bajo de reparación, así también son resistentes a la humedad, ya que están fabricadas para su uso en la intemperie. La medida estándar es de 1200mm x 1000mm y generalmente se utiliza el pino y melina como material.

#### **6.1.8 Estibado.**

Se puede definir como la colocación de carga y optimización de espacio físico para la carga o transporte, esto ayuda en la carga y descarga de mercadería. El estibado es muy importante tanto para cuidar la mercadería como la seguridad en general del medio de transporte. (Manene, L., 2012).

Muchas cargas disponen de grandes pesos y es por eso que es necesario cargar y distribuir los pesos de manera uniforme para que no se produzcan desbalances y afecten la seguridad e integridad del transportista.

#### **6.1.9 Madera.**

Material con distinta elasticidad según la dirección de deformación, es la parte más sólida y fibrosa de los árboles y se ubica debajo de la corteza. También se puede definir como un material duro producido mediante la transformación del árbol y es utilizado como material en la construcción.

La madera es parte de los elementos más antiguos utilizados en la construcción y esta es utilizada frecuentemente ya que cuenta con diferentes propiedades, entre ellas resistencia y flexibilidad (Orús, F., 1981).

### **6.1.10 Embalaje.**

Se define como un contenedor o protección que contiene y transporta productos de manera temporal principalmente para organizar el producto para su manipulación, transporte y almacenaje. También se puede definir como un objeto manufacturado que protege la mercadería de manera unitaria o en conjunto para su distribución a lo largo de una cadena logística.

El fin de este es cubrir y proteger la mercancía, así como el fácil manejo y manipulación de la misma. (Almaguer, E., 2001).

## **6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.**

### **6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación**

#### ***6.2.1.1 Comunicación.***

Proceso en el que se transmite y se recibe información por medio de mensajes con códigos, este es un proceso complejo en el que dos o más personas intercambian información respecto a su entorno y tiene la capacidad de transmitirlo y recibir retroalimentación. Entre los objetivos de la comunicación es la empatía, la mejora en la organización de flujos y canales, ejerce una mediación cultural y ayuda a conservar valores y promoverlos.

La comunicación es todo proceso de integración social por medio de símbolos y sistemas de mensajes, incluye todo proceso en el cual la conducta del ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano. Puede ser verbal, o no verbal, intergrupala o interindividual (Lomonosov., B., s.f.).

El proceso de comunicación es esencial para la recepción, envío e intercambio de ideas y decodificación de mensajes, se obtiene información del entorno y se comparte. La comunicación se puede utilizar para influir en los demás y a la vez ser influido.

#### ***6.2.1.2 Elementos de la comunicación.***

El emisor: es el origen del proceso de comunicación el cual formula la idea para transmitir. La idea de origen es la base para la comunicación y puede verse influida por factores externos, como el radio, la televisión, la prensa, entre otros. Esta fuente genera y produce una base de datos o un mensaje de interés.

El receptor: es la persona o destinatario del mensaje o comunicación, señal o código emitido por un transmisor, emisor o anunciante. El receptor realiza un proceso contrario al del emisor ya que es el encargado de descifrar y decodificar el mensaje. El emisor y receptor deben utilizar el mismo sistema de lenguaje para interpretar y procesar el código.

El mensaje: se define como la información, contenido, fin y objeto en la comunicación. Para que el emisor y receptor puedan comprender el mensaje estos deben comprender el lenguaje y utilizar la misma codificación. Básicamente es la información que es enviada por el emisor por medio de un canal y siendo la razón de ser del proceso comunicativo.

Para que el mensaje pueda ser transmitido es necesario un sistema de signos, así como de un código para que pueda ser interpretado y transmitido por imágenes, por vía oral o escrita.

Código: Sistema de señales y signos que se utiliza para transmitir un mensaje que es utilizado por el emisor y el receptor, ambos deben utilizar el mismo código para que el mensaje sea decodificado (Morales, C., 2015).



Canal: datos e información enviadas por un emisor para un receptor, con el fin de transmitir una idea o un mensaje utilizando una codificación.

"Los medios o canales, de comunicación son el método de difusión que se emplea para enviar el mensaje. Estos pueden dividirse a grandes rasgos: mediatizados y directos. Los canales mediatizados son los que requieren de algún tipo de tecnología para la producción de mensajes y el contacto entre la fuente y el receptor o receptores, no es directo, sino a través de algún vehículo físico externo." (Muriel, R., 1980).

#### ***6.2.1.3 Comunicación externa.***

Es el conjunto de operaciones en la comunicación dirigidos a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos externos del negocio, entre ellos los periodistas, proveedores, clientes potenciales y así como proyectar una imagen favorable de la organización. (Muñiz, R., 2013).

Entre las herramientas para la comunicación externa al conocer el grupo objetivo se pueden encontrar: el patrocinio, el marketing relacional, el posicionamiento del producto, entre otros.

#### ***6.2.1.4 Comunicación verbal.***

Se caracteriza como el nivel primario en la comunicación y se puede definir como la interacción y retroalimentación entre los seres humanos ya sea hablado o escrito. Esta comunicación utiliza conceptos para transmitirse, estos mensajes son de contenido y son percibidos por el sentido del oído y es portadora de la información (Cortez, A., 1995).

La comunicación verbal puede ser directa, se caracteriza por la interacción de dos personas e indirecta, la cual es difundida por otro medio apropiado.

#### ***6.2.1.5 Proceso de comunicación.***

Este proceso consiste en el envío y recepción de información, es la búsqueda de aporte y obtención de información de tema determinado. Esta comunicación es bidireccional ya que hay dos partes que están involucradas, un emisor y un receptor. Se conoce también como proceso comunicativo o Esquema de comunicación al conjunto de actividades relacionadas al intercambio de datos o información (Berlo, D., 2001).

#### ***6.2.1.6 Comunicación escrita.***

La comunicación escrita se puede definir como el proceso en que un emisor dirige un mensaje al receptor, en este caso se utiliza un medio escrito o impreso. Es percibido por medio de la vista y es necesaria la concentración al lector, ya que se debe analizar el contenido para comprender el contexto y la idea a transmitir (Santos, D., 2012).

Este tipo de comunicación no está sujeta al concepto de espacio y tiempo, ya que puede ser leída e interpretada en cualquier momento, esto produce que no se pueda dar la interacción en ningún momento.

#### ***6.2.1.7 Internet.***

Se puede definir como el conjunto de redes o usuarios conectados entre sí, ya sea con una computadora, Tablet, teléfono o aparato que permita realizar el intercambio de información (Perez. D., 2013).

El internet es una de las redes más grandes a nivel mundial en telecomunicaciones y permite el acceso y transferencia de información a gran velocidad.

### **6.2.1.8 WWW.**

Conocido como World Wide Web (Red Global Mundial) se refiere al enlace de cualquier dispositivo por medio de internet por medio de una aplicación o programa llamado navegador, esto permite a los usuarios acceder a información y comunicarse entre los usuarios en cuestión de minutos o segundos (Contreras, L., 2011).

La implementación de la www permite el fácil acceso a la información a internet por medio de exploradores (internet explorer, opera, mozilla firefox, etc) los cuales permiten mostrar la información de manera interesante y tener acceso a archivos multimedia (Audio y video).

## **6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.**

### **6.2.2.1 Diseño.**

Proceso de creación, producción y desarrollo para la solución de un problema, ya sea estético o práctico, básicamente es el proceso en el que se resuelve un problema basado en métodos y técnicas para lograr un resultado idóneo. El diseño trata de crear una composición que causa una armonía visual sin perder la funcionalidad.

El diseño de una interfaz web tiene la característica de ser visual con los elementos gráficos utilizados y está orientado a conseguir los objetivos del sitio (Comesaña, L., 2003).

### **6.2.2.2 Diseño gráfico.**

Su objetivo es satisfacer las necesidades gráficas referentes a la comunicación visual, este proceso es realizado de la mano con la actividad creativa y técnica. El fin principal es transmitir ideas y comunicar un mensaje específico al grupo objetivo con mensajes claros (León, R., 2016).

El diseño gráfico se basa en diferentes estrategias para poderle comunicar a todos los segmentos con un enfoque visual, un tipo de diseño gráfico es el diseño de persuasión, que está enfocado a la publicidad.

### **6.2.2.3 Diseño web.**

Es el elemento principal del mercadeo digital en internet y va de la mano con el diseño gráfico, el objetivo principal es la producción de sitios web para lograr un efecto visual agradable y armonía entre diferentes elementos que integran un sitio web. En la rama empresarial, los sitios web se han convertido como el principal canal de ventas y un elemento importante en la comunicación, así mismo se han convertido en áreas de mayor oportunidad dentro de la industria (Mejía, J., 2017).

Para optimizar el sitio web posterior al diseño de interfaz gráfica web debe contener:

- Contenido relevante para posicionar el sitio web, optimizar el rendimiento del sitio, esto se logra al evitar cargar mucho contenido en este, sitios de autoridad o públicos para respaldar la seguridad del sitio.
- Experiencia de calidad del usuario, esto se logra cuando recomiendan el sitio web al prestar un servicio correcto.
- Accesibilidad, el diseño de la interfaz gráfica web debe contar con una fácil accesibilidad por lo cual el contenido no debe ser muy cargado.
- Usabilidad, Esto se logra utilizando herramientas de navegación simples y comprensibles.
- Adaptativo, esto se logra al utilizar medidas que permitan la adaptación a diferentes tipos de dispositivos (smartphone, tablet o pc).

#### ***6.2.2.4 Interfaz gráfica web.***

El concepto de diseño de interfaz gráfica web se refiere al entorno gráfico, visual y de comunicación, así como las opciones de interactuar de un usuario con un programa, aplicación o sitio web. El diseño de la interfaz gráfica web es la carta de presentación y resulta determinante para la aceptación o rechazo de cualquier proyecto. El objetivo es resolver problemas de comunicación de manera funcional y estética.

También se puede definir como un sistema gráfico que permite a los usuarios tener acceso a contenidos de la web mediante el uso de elementos gráficos, los cuales son conocidos por la mayor parte de los usuarios que acceden a una página. La popularidad de una interfaz gráfica web depende del aspecto visual del mismo, es visual cuando las percepciones, opiniones acerca del sitio y actitudes son positivas mientras navegan en el sitio (Luzardo, A., 2009).

Las ventajas del diseño de una interfaz gráfica web son:

Mejora tiempos operativos de los usuarios con un diseño amigable y accesible.

Mejora la experiencia del uso.

Estandariza una aplicación o sistema.

Mejora el impacto y comunicación con los usuarios y permite el aumento de ventas y retención.

#### ***6.2.2.5 Diseño adaptativo.***

El diseño adaptativo o responsive es una técnica que permite la visualización de contenido en varios tamaños y escalas, ya sea en una computadora, una tablet, o un smartphone. Consiste en la diagramación y diseño según dimensiones de pantallas, se utilizan

estructuras e imágenes fluidas, esto permite la correcta visualización y navegación (Quesada, S., 2013).

El diseño adaptativo permite la carga rápida de información y contenido, también permite una navegación rápida y evita contenido duplicado.

#### **6.2.2.6 Maquetación web.**

Es el esquema estructural y estético de un diseño o proceso también denominado layout. Este proceso se da después de aprobado un análisis inicial y estructural, en el caso del diseño de la interfaz gráfica web para que los navegadores puedan interpretarlo correctamente (Lamarca, M., 2013).

Para estructurar correctamente es necesario utilizar una retícula compositiva o una plantilla para utilizarlo de borrador, esto para incluir todos los elementos de la publicación.

(Véase en anexo B)

#### **6.2.2.7 Diagramación.**

Consiste en la organización y la distribución de medios visuales, textos e imágenes ordenados mediante criterios de jerarquías, esto ayuda a una apariencia agradable y a una fácil lectura. Básicamente es el ordenamiento de los elementos gráficos (textos y gráficos), en el caso del diseño web, todos los elementos respectivos de una página web, organizada y estructurada de la parte visual (interfaz gráfica web) para los usuarios. (Montoya, M., 2011).

La diagramación es realizada conjuntamente con los conceptos de diseño, estos dos realizan la composición, se definen los formatos, fuentes, tamaños, estilos, párrafos y cualquier elemento que afecte la publicación.

### **6.2.2.8 Color.**

Es la reacción producida por el reflejo de un tono de luz en los órganos visuales, y es una percepción visual al interpretar las señales nerviosas que interpretan y distinguen las distintas longitudes de onda. El color influye en los sentimientos y en las acciones de las personas, esto ayuda a fortalecer la marca, guiar visitas al sitio web y generar ventas. (Casanova, A., 2001).

El color azul es asociado con la seguridad, fortaleza, calma y productividad, el azul es asociado con grandes empresas ya que no es invasivo y es asociado con la serenidad.

### **6.2.2.9 Principales autores del diseño gráfico.**

#### *6.2.2.9.1 Miguel de lorenzi.*

Se convierte en diseñador gráfico antes de llamarse así la disciplina, al inicio fue un dibujante publicitario y se dedicó varios años a las artes (pinturas y dibujo). Laboró en talleres de diferentes agencias de publicidad desde 1960 y fue director de arte, ilustrador y diseñador (Segre, C., 2015).

Su aporte al diseño gráfico es la animación y el diseño publicitario, también llevo el estilo elástico en sus diseños aplicados a distintos medios, así como el caso del pop art. Fue uno de los primeros en popularizar el término “Diseñador Gráfico”. El aporte del diseño publicitario permite tomar en cuenta los principios del diseño y de esta manera utilizar la diagramación y maquetación de forma correcta y estética.

#### *6.2.2.9.2 Rubén fontana.*

Director del estudio Fontanadiseño (hace 40 años) la cual desarrolla actividad profesional desde Argentina y Latinoamérica, encargado de implementar la enseñanza de la

tipografía para la carrera de diseño gráfico y su especialización es de identidad corporativa e institucional (Fontana, M., 1942).

El aporte de la tipografía permite la selección adecuada y legibilidad del texto según el tipo de contenido. Permite dimensionar correctamente y utilizarla como complemento del diseño.

### **6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.**

#### ***6.3.1 Ciencias auxiliares.***

##### ***6.3.1.1 Semiología.***

Es parte del estudio de la comunicación y comprende el estudio de símbolos y signos que el ser humano utiliza para comunicarse, interpreta sus significados y significantes. En varios casos se considera la semiología como el similar a la semiótica. Los símbolos y signo cuentan con un significado específico y el sentido puede ser tomado de forma variable en cada individuo.

La semiología es la ciencia que estudia los sistemas de signos: lenguas, códigos, señalizaciones, etc. De acuerdo con esta definición, la lengua sería una parte de la semiología. En realidad, se coincide generalmente en reconocer al lenguaje un status privilegiado y autónomo que permite definir a la semiología como el estudio de los sistemas de signos no-lingüísticos (Guiraud, P., 1972).

La semiología permite estudiar los signos y códigos para decodificarlos. Se considera al lenguaje visual como la mayor riqueza representativa.



### ***6.3.1.2 Semiología de la imagen.***

Estudia la imagen y el signo icónico y su significado con el proceso de sentido y significación. Lo constituye el análisis de signos, colores, iconos y sus composiciones. La imagen es un componente importante de la sociedad y la cultura, la cual nos permite estudiar el entorno y la evolución de la vida social y política.

La semiología o semiótica es considerada como la ciencia que se ocupa de los signos y las leyes que los gobiernan. Esta ciencia fundamenta su origen en la lingüística, siendo su objeto de estudio el discurso verbal. Actualmente se considera al lenguaje visual con mayor riqueza representativa. (Nuñez, E., s.f)

La semiología permite identificar y codificar los signos y símbolos para poder interpretarlos.

### ***6.3.1.3 Sociología.***

Esta ciencia se encarga del estudio del ser humano y su entorno en el cual se desarrolla. Esta existe desde hace tiempo, aun cuando no había sido denominada como ciencia. La sociología puede ser determinada de forma cualitativa y cuantitativa.

La forma cualitativa estudia al individuo en sí, actitudes, entorno y situaciones, la forma cuantitativa se delimita de forma más general al conjunto de individuos. El estudio de la sociología ayuda a comprender el comportamiento y la inclinación a las tendencias, ya sea influenciado o causado por los diferentes puntos de vista individuales.

“La sociología es una disciplina cuyo objeto es el estudio de toda manifestación humana; es decir, toda acción producto de nuestras relaciones con otros individuos, en la que interactuamos y no es posible desligarnos de ello” (Perez, L., 2014).

La sociología estudia todos los fenómenos del ser humano con su entorno y su relación entre los individuos y las leyes que lo rigen.

#### ***6.3.1.4 Cibernética.***

Se puede definir como un sistema o mecanismo que opera en orden y retorno a través de su modelo de funcionamiento, con el fin de comprender el funcionamiento de cualquier organismo. La cibernética también estudia la relación de sistemas de control y de comunicación. La cibernética puede ser aplicada en la antropología, sociología, semiología y diversas ciencias.

“Es una disposición de relaciones entre componentes e individuos que produce una unidad compleja o sistema dotado de cualidades desconocidas en el nivel de los componentes o individuos. La organización une de forma interrelacionar elementos o eventos o individuos diversos que a partir de ahí se convierten en los componentes de un todo”

(Garzón, C., 2000).

La cibernética estudia la comunicación y los sistemas regulados por los seres vivos para transmitir ideas.

#### ***6.3.1.5 Psicología.***

Estudia la conducta y la mente humana, su comportamiento y actitudes para explicar estos fenómenos y generar leyes aplicables a ellos. Se puede definir también como el estudio de la conciencia con sus elementos y relaciones. Este conocimiento tiene como objetivo entender mejor los patrones de comportamiento y los rasgos del carácter, entre ellos la conciencia e inconciencia.

“Investiga como los seres humanos sienten, perciben, piensan, evalúan, aprenden y responden al medio ambiente que los rodea para adaptarse y aprovecharse de él, asimismo

estudia la forma cómo interactúan y se relaciona con los otros individuos dentro de los grupos y la sociedad en general” (Orellana, E., 2010).

La psicología estudia el comportamiento humano, su percepción y sus procesos mentales en relación con el entorno social.

#### ***6.3.1.6 Psicología del color.***

Los colores son los mayores atractivos, aún más que las palabras o imágenes, es así que se utilizan frecuentemente como persuasión. Este estudio va de la mano con la psicología del consumidor y ayuda a predecir la respuesta que tendrá el consumidor a los mensajes publicitarios con elementos de color.

Los colores pueden ayudar a agregar valor a un producto o sitio, si los colores son los adecuados y el consumidor recibe el mensaje adecuado, se recibirá mejores percepciones sin importar el precio. “La psicología de los colores, o sea, lo que la imagen en su conjunto evoca además de lo que representa: la intimidad de un interior, la luminosidad dorada de un atardecer, etc, donde cada elemento representado tiene su propio color que lo identifica” (Costa, J., 2003).

La psicología del color estudia el efecto y la influencia del color en la percepción y la conducta humana.

#### ***6.3.1.7 Lingüística.***

Se define como el estudio científico de la estructura de la lengua, con sus hablantes y el conocimiento de la misma. Estudia también el funcionamiento y evolución de las lenguas y estructuras con el paso del tiempo y la comprensión de su uso. Existen varios niveles en los que se puede hacer un estudio de la lengua, el fonético fonológico estudia los sonidos y fonemas, básicamente del habla.

El estudio morfosintáctico estudia la estructura y construcción de las palabras de una o varias lenguas. “Se identifica como el conocimiento de la lengua con tener una gramática representada mentalmente. Esta gramática constituye la competencia del hablante nativo en esta lengua, y bajo ese punto de vista, la clave para entender que conocer una lengua significa comprender la naturaleza de la gramática” (Radford, A., 2010).

La lingüística estudia el lenguaje, estructura, el uso de lenguas, códigos, símbolos y su evolución.

### **6.3.2 Artes.**

#### **6.3.2.1 Fotografía.**

Se define como la técnica o arte del registro del reflejo de la luz sobre los objetos a manera de impresión, puede ser con una cámara fotográfica o un lienzo. Esta técnica se conoce también como “escritura de luz” y los rayos solares cuentan con un espectro, y su representación más común es el arcoíris, cada color tiene diferente frecuencia de onda y hay materiales que absorben mejor cada color.

La comunicación ha avanzado tanto gracias a la fotografía, el avance más reciente de esta ciencia es la fotografía digital, la cámara capta las ondas mas no la imprime en una base física, lo transforma a un código asociado a colores y lo almacena en una memoria para su fácil manipulación.

Durante el último siglo y medio, la fotografía se ha utilizado para registrar todos los aspectos de la vida y las actividades del ser humano. Durante esta historia, relativamente corta, el medio ha ampliado sus capacidades de registrar el tiempo y el espacio humano, permitiendo así que la visión humana sea capaz de captar un

momento efímero o visualizar tanto lo muy grande como lo minúsculo (Wright, T., 2001).

El uso de la fotografía es considerado como una de las actividades artísticas más importantes del ser humano.

#### ***6.3.2.2 Artes tipográficas.***

Es el cambio de fuente que produce un cambio de contexto y personalidad al mensaje que se desea transmitir, sin importar el medio. Básicamente se enfoca en el tipo de letra que se utiliza para transmitir el mensaje, lo cual crea un impacto en el receptor del mensaje. Se considera como un miembro activo de forma cultural.

Este arte se puede dividir en varios tipos o ramas, la tipografía creativa que estudia las formas gráficas más allá de lo lingüístico de los símbolos, la tipografía de edición que estudia las normas y bases de la familia de tipos, la tipografía del detalle que su base es el interlineado y la marca visual, por último, la macro tipografía que se especializa en el cuerpo de los símbolos.

Es un arte antiguo como moderno, y por supuesto contemporáneo. Un arte formalmente prodigioso, diáfano, sutil y detallista en el cual, aunque cada uno de los signos se nos ofrece a veces como un retrato individual completamente depurado, los conjuntos de los abecedarios forman a su vez murales ciertamente incomparables (Satué, E., 2001).

Las artes tipográficas estudian las formas gráficas de los textos y sus variables. Esto permite crear un impacto en el receptor del mensaje.

### **6.3.3 Teorías.**

#### **6.3.3.1 Teoría del color.**

Esta teoría básicamente se trata de la combinación adecuada de colores para lograr un efecto deseado, la luz blanca es producida con la mezcla del azul, verde y rojo. Combinados con cian, amarillo y magenta se produce el color neutro. Las cualidades del color son saturación, valor y tono, estos son capaces de producir o despertar emociones en las personas.

Se debe tener claro el uso del color para transmitir un mensaje adecuado. Otras propiedades de los objetos son: matriz es la característica que distingue al color y por la que designamos colores, la saturación o intensidad es la cantidad de luz de un objeto, así como la oscuridad y claridad, el brillo es la cantidad de luz producida o reflejada por una superficie. “Es un conjunto de reglas básicas en la mezcla de percepción de colores para conseguir el efecto deseado combinando colores de luz o combinando colores reflejados en pigmentos” (Goethe, F., 1991).

La teoría del color es el conjunto de reglas y uso adecuado en la utilización del color y sus mezclas.

#### **6.3.3.2 Teoría de la gestalt.**

Es una teoría muy utilizada en la solución de problemas, es el enfoque a los aspectos positivos, como la autorrealización, el éxito y las decisiones acertadas lo cual permite al ser humano ser autónomo y con capacidad a desarrollarse libremente, también se toman los aspectos negativos, pero a menor escala.

Los gestaltistas afirman que todos crean imágenes coherentes sobre el individuo y sobre su entorno, y estas imágenes no solo son las secuencias de información sino algo más.

En este proceso se crean marcos de la percepción de la realidad (formas) inconscientemente y esta teoría se basa en dar explicación a estas formas y la toma de decisiones con base a eso.

En el ámbito de las artes gráficas, este estudio de la percepción es fundamental a la hora de analizar como el ojo humano lee un determinado esquema, como distingue las formas y los elementos que lo componen y la unidad del mensaje y del significado. Según la teoría de la Gestalt, por lo tanto, el núcleo de fondo corresponde al todo, al conjunto, mientras los elementos individuales que lo componen no tienen alguna importancia o significado por sí solos (Sassu, G., 2009).

La teoría de gestalt permite descifrar el mensaje con un determinado esquema en base a la lectura del ojo humano.

#### ***6.3.3.3 Teorías del recorrido visual.***

Esta teoría se basa en el recorrido que se hace a una imagen o una obra, inicialmente se fija un punto y luego el ojo traza un recorrido naturalmente para apreciar en su totalidad la imagen u obra. Básicamente es el movimiento que realiza el ojo, el cual busca orden de lo que ve, también puede ser una combinación de texto e imágenes.

Habitualmente se realiza la lectura de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo, en el caso de un cambio rápido, la lectura para explorar se realiza en forma espiral. En una composición adecuada se realiza el recorrido en forma de “Z”. “El ojo humano visualiza la imagen global, inspeccionando todas sus partes, hasta llegar a un orden de lectura, que generalmente es de izquierda-derecha y de arriba-abajo” (Wachtler, T., 2002).

El recorrido visual permite establecer una relación y orden entre los elementos de una composición.

#### **6.3.1.4 Publicidad.**

Se puede definir como el conjunto de medios que se utilizan para promover o divulgar una idea a concepto. También se puede definir como “como una comunicación no personal y onerosa de promoción de ideas, bienes o servicios, que lleva a cabo un patrocinador identificado” (Kotler, P., Armstrong, G., 1980). Sus principales objetivos son: recordar, informar y persuadir.

“La publicidad es una forma pagada de comunicación impersonal que se transmite a los consumidores a través de medios masivos como televisión, radio, periódico, revistas, correo directo, vehículos de transportación masiva y exhibidores exteriores”.

La publicidad permite comunicar visualmente mediante el uso de formas, colores, tipografías e imágenes con el fin de informar a los consumidores y motivar la acción de compra.

#### **6.3.4 Tendencias:**

##### **6.3.4.1 Diseño plano:**

El diseño plano consiste en reducir o eliminar cualquier tipo de decoración en un diseño o composición para facilitar la funcionalidad y simplificar el mensaje. Se elimina todo elemento que no brinde valor al contenido o mensaje, esto para que el usuario que interactúa con la interfaz reciba un mensaje claro y simple.

Diseño gráfico plano o Flat design llegó hace relativamente pocos años al mundo del diseño gráfico y del diseño web y parece que para quedarse por una larga temporada. No es sólo una tendencia pasajera o una moda, ya que surge como respuesta a una necesidad de funcionalidad que es la de adaptarse al diseño adaptativo, siendo útil tanto en dispositivos grandes como en pequeñas pantallas de móvil, sirviendo de



herramienta para el UX Design (User Experience Design) o “Diseño de Experiencia de Usuario” para dar al usuario la mejor experiencia de uso posible de una forma más sencilla (Neira, J., 2017).

Esta tendencia es muy interesante por la manera en que relaciona los sitios web, aplicaciones en interfaces de usuario en general. El diseño plano va de la mano con el diseño adaptativo y el minimalismo.

#### **6.3.4.3 Minimalismo:**

Se define como el diseño la forma más básica posible, retira elementos que carguen visualmente la composición. Su principal objetivo es resaltar el contenido y llevar al observador a lo principal de la pieza o composición. El minimalismo ofrece conceptos concretos y sus bases son la simplicidad, purismo estructural, síntesis y concentración.

El minimalismo en el diseño web actualmente se tiende a diseños en tonos claros y en ocasiones colores oscuros, el objetivo es centrar la atención en el contenido y evitar la distracción del contenido con otros elementos y colores.

El término minimalismo se utiliza para describir una tendencia en el diseño y la arquitectura, donde el sujeto se reduce a sus elementos necesarios. Está de moda en las pantallas de las computadoras. Una corriente dentro del mundo del diseño Web que es ahora, gracias a aspectos como la Web 2.0, la usabilidad o la aparición de nuevos dispositivos, cuando se ha vuelto predominante (Maeda, J., 2017).

El minimalismo implica la eliminación de todos los elementos innecesarios, centrándose en el usuario, y la creación de una interfaz agradable a la vista, fácil de navegar y eficaz.

**CAPÍTULO VII**  
**PROCESO DE**  
**DISEÑO Y**  
**PROPUESTA**  
**PRELIMINAR**

## **Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.**

### **7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico**

#### **7.1.1 Comunicación.**

La comunicación es aplicada en el diseño de la interfaz gráfica web para transmitir un mensaje claro que genere una comunicación activa con el usuario y recibir retroalimentación sobre la empresa y los productos que ofrece.

#### **7.1.2 Diseño.**

El diseño es aplicado en este proyecto para darle un aspecto visual atractivo, permite la accesibilidad, usabilidad y equilibrio entre estética y funcionalidad de la interfaz gráfica web. Esto permite la captar la atención de usuarios que pueden convertirse en clientes reales luego de ingresar al sitio web.

#### **7.1.3 Semiología.**

La semiología es aplicada a este proyecto para transmitir el mensaje de una manera eficaz, por medio del diseño de la interfaz gráfica web y la utilización de símbolos, elementos gráficos, imágenes y textos referentes a la empresa y los productos que vende, para que los usuarios puedan comprender claramente el mensaje transmitido.

#### **7.1.4 Semiología de la imagen.**

La semiología de la imagen es un factor importante en la comunicación de la empresa, el diseño de interfaz gráfica web permite al grupo objetivo la interpretación de toda la información básica sobre ésta y sus productos, esto facilita la comprensión mediante lo que se visualiza.

### **7.1.5 Sociología.**

La sociología es utilizada para realizar una segmentación de mercado y aplicación correcta del mensaje a transmitir de la empresa, es importante conocer al grupo objetivo y su entorno para la utilización de la interfaz gráfica web en función de sus intereses, necesidades y expectativas.

En la actualidad la sociedad ha cambiado su forma de interacción, en su mayoría con el uso de la tecnología e internet, ya sea como fuente de información o navegación en sitios web o aplicaciones.

### **7.1.6 Cibernética.**

La aplicación de la cibernética permite mayor alcance a los clientes reales y potenciales mediante la interfaz gráfica web sistematizado para la difusión global a un bajo costo. La cibernética consiste en los procesos de desarrollo de la interfaz gráfica web, propuesta, diagramación, aplicación, prueba, entre otros.

### **7.1.7 Psicología.**

La psicología permite determinar las necesidades del cliente en base a su comportamiento e influir en su decisión de compra, esto ayuda a determinar los gustos y preferencias de los usuarios. Esta información permite una implementación adecuada y atractiva a la interfaz gráfica web.

### **7.1.8 Psicología del color.**

La aplicación de la psicología del color ayuda a fortalecer la imagen de la empresa, capta la atención del usuario y los guía al navegar en la interfaz gráfica web. Un factor muy

importante es elegir la paleta de colores adecuada, ya que esto influye en la percepción y comportamiento de los usuarios al ingresar al sitio web.

#### **7.1.9 Lingüística.**

La lingüística comprende la estructura y uso correcto de las palabras, que ayuda a transmitir un mensaje claro y completo. Se utiliza en el contenido de la interfaz gráfica web para transmitir el mensaje de manera más clara y simple posible por el tipo de lenguaje que se va a utilizar en la interfaz gráfica web.

#### **7.1.10 Fotografía.**

Utilizar fotografías en la interfaz gráfica web permite llamar la atención del usuario e invita a leer el contenido de manera persuasiva. Además, es importante mostrar los productos, ya que marcan la diferencia en el mercado, sin estas, no podrían darse a conocer. Las fotografías muestran los diferentes tipos de tarimas y su diferencia una con otra.

#### **7.1.11 Artes tipográficas.**

En el proyecto es indispensable utilizar una tipografía legible y funcional, para que los usuarios puedan leerla y verla con facilidad desde cualquier dispositivo y de menor resolución, desde un pc hasta un smartphone. Se utiliza la combinación de texto alineado con las imágenes para lograr un diseño funcional.

#### **7.1.12 Diseño plano.**

El diseño plano gana mucha relevancia a nivel estético y de comunicación, su aplicación en el diseño de la interfaz gráfica web de Zunilito Trading Company consiste en utilizar los elementos visuales necesarios, colores planos y vectores. Se codifican mensajes

claros, con información sintetizada, que permita navegar y acceder a la información de forma rápida.

### **7.1.13 Minimalismo.**

La aplicación del minimalismo en la interfaz gráfica web hace que sobresalga el contenido, se utilizan los espacios en blanco, tipografía legible, se incluyen elementos necesarios y mensajes cortos y claros.

## **7.2 Conceptualización.**

### **7.2.1 Método**

Para resolver el problema se utiliza la técnica de mapa mental, se analiza la problemática y el objetivo general del proyecto, con la finalidad de la realización de la interfaz gráfica web. El método se basa en el pensamiento irradiante, es decir, que permite acceder al potencial del cerebro y su funcionalidad es el ejercicio creativo por medio de la exploración del problema.

#### **Origen y creador**

El creador es Tony Buzan, investigador en el campo de la inteligencia y presidente de Brain Foundation.

#### **¿Para qué?**

Su aplicación principal es la exploración del problema y también la generación de ideas. Esta técnica es importante, ya que da diferentes perspectivas del mismo.

#### **Procedimiento**

Para su elaboración se siguen los siguientes pasos:

**A.** Se toma una hoja de papel, grande o pequeña, depende del tipo de mapa, grupal o individual.

**B.** El problema o tema más importante se escribe con una palabra o se dibuja en el centro de la hoja.

**C.** Los principales temas relacionados con el problema irradian de la imagen central de forma ramificada.

**D.** Las ramificaciones forman una estructura nodal.

### **Aplicación del método**

La idea central, en este caso, es el diseño de una interfaz gráfica web que surge con la necesidad de promocionar en internet a la empresa Zunilito Trading Company, seguido por los temas relacionados con el diseño de la interfaz gráfica web, los cuales son: diseño layout, Zunilito Trading Company, grupo objetivo y comunicación. Como última parte se agregan las palabras clave para cada tema relacionado, en forma de nodos.

## Mapa mental



### 7.2.2 Definición del concepto.

Las siguientes frases surgieron del mapa mental y también se toma en cuenta la seguridad y calidad del producto que ofrece la empresa en sus productos de embalaje.

Zunilito es tu seguridad.

La mejor protección a buen precio.

Zunilito lo tiene todo.

Zunilito al alcance de tu mano.

Despreocúpate con Zunilito.

Piensa diferente, piensa Zunilito.

Hacemos tu negocio más rentable.



**Frase conceptual:** Hacemos tu negocio más rentable.

Esta frase conceptual está orientada al tipo de cliente que busca seguridad y calidad en el manejo y traslado de todo tipo de mercadería. La interfaz gráfica web debe agregar valor y permitir que la empresa se diferencie de la competencia a través de la tecnología, internet en este caso. Visualmente se busca con esta propuesta comercializar el producto, transmitir seguridad y credibilidad al ofrecer una imagen seria del negocio por medio del diseño de la interfaz gráfica web.

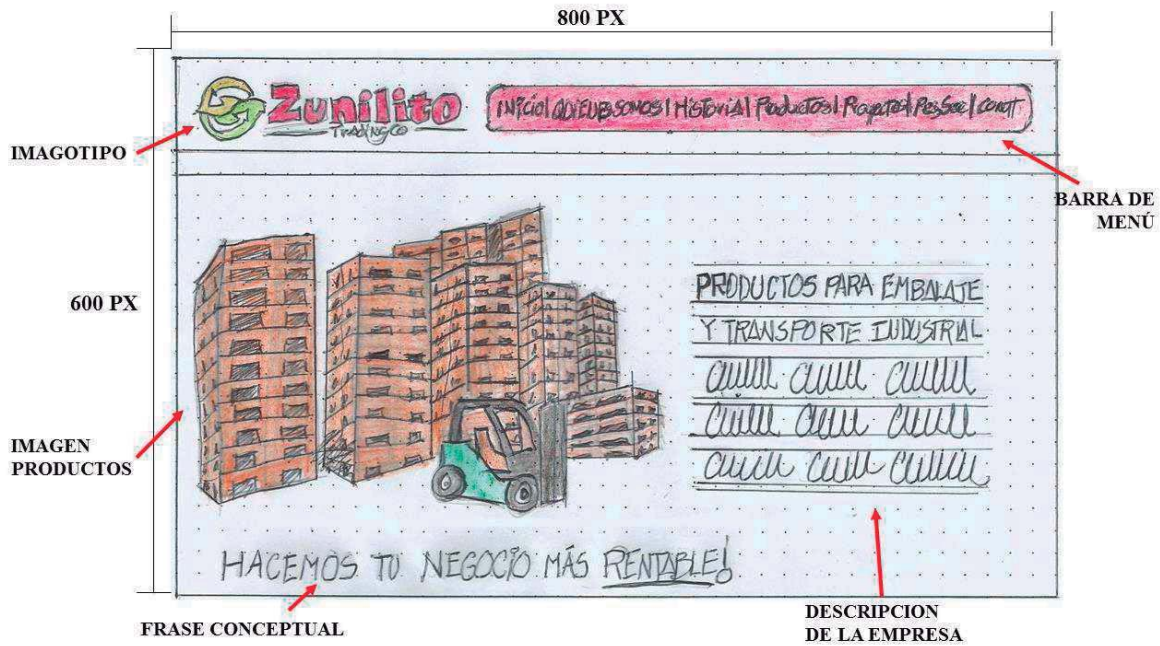
### **7.3 Bocetaje**

Es el proceso de plasmar las ideas que se tienen en mente para la creación de diseños. Se hacen por medio de dibujos rápidos sin detalles y funciona como guía para realizar un diseño final de manera digital (Universidad de Palermo, 2014).

Previo al bocetaje gráfico, se elabora una tabla de requisitos donde se hace un boceto escrito con los elementos gráficos que componen la interfaz (Véase en anexo C).

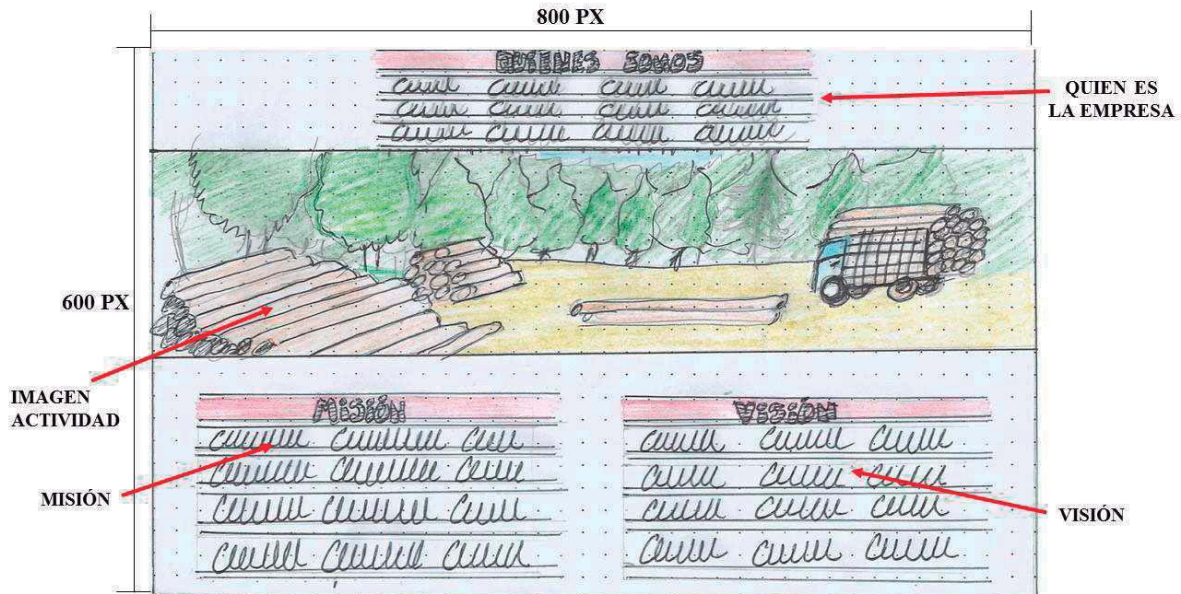
### 7.3.1 Proceso de bocetaje interfaz gráfica web

#### Inicio



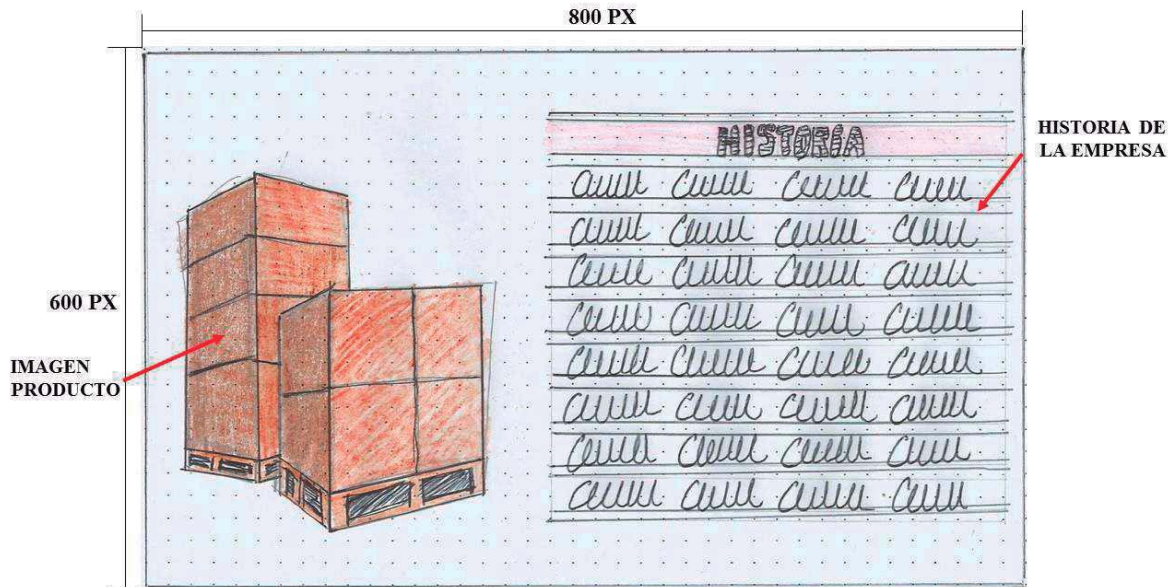
**Descripción:** En base al diseño plano y minimalismo, se incluyen únicamente los elementos necesarios en la propuesta gráfica. Se agrega un menú estático o fijo, se agrega el logotipo de la empresa y se diagrama el menú con el texto, se utiliza la imagen de las tarimas y un montacargas. Se coloca la frase conceptual y una breve descripción de la empresa. Con estos elementos el usuario puede asociar rápidamente la web con los productos que ofrece la empresa.

## Quiénes somos



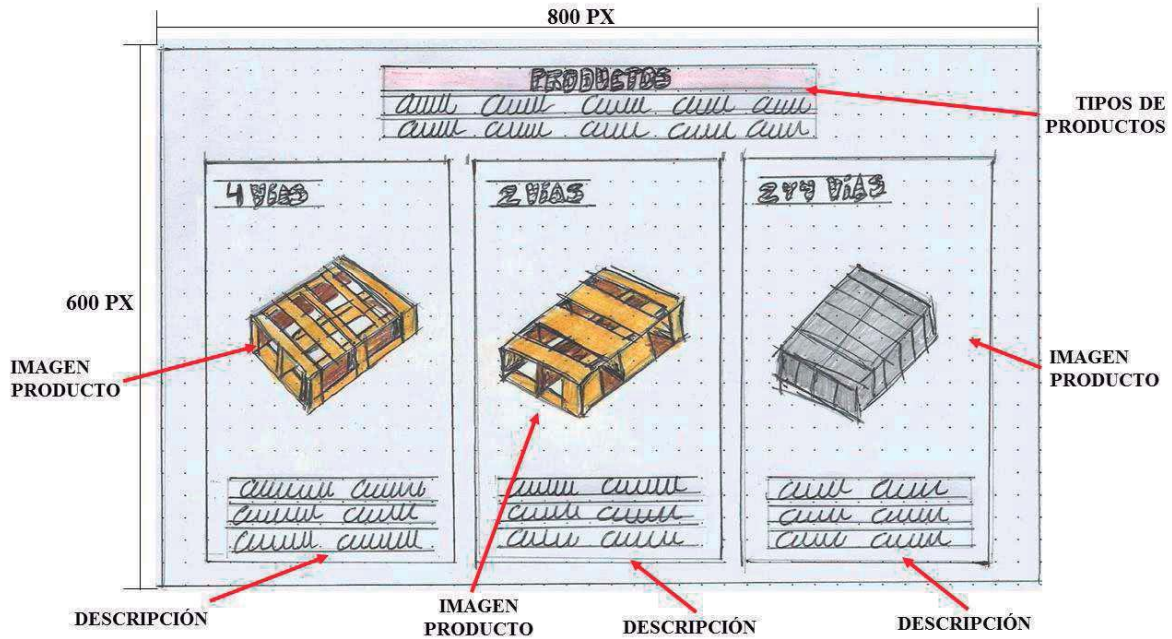
**Descripción:** Se diagrama el texto de quiénes somos con la descripción de la empresa, se agrega la imagen de un aserradero y el transporte del material para las tarimas. Se incluye misión y visión de la empresa. Se utiliza el fondo blanco y se agregan pocos elementos para evitar saturar visualmente la página. Estos elementos permiten al usuario visualizar la producción del material para las tarimas y asociar la web con los productos de la empresa.

## Historia



**Descripción:** En esta sección se incluye únicamente la historia de la empresa, se diagrama el texto donde se va a ubicar la información, se agrega la imagen de unas tarimas utilizadas para la manipulación del producto. Se mantiene el fondo blanco y se colocan los elementos visuales necesarios para evitar saturar visualmente la página. Estos elementos permiten al usuario conocer las tarimas y su uso.

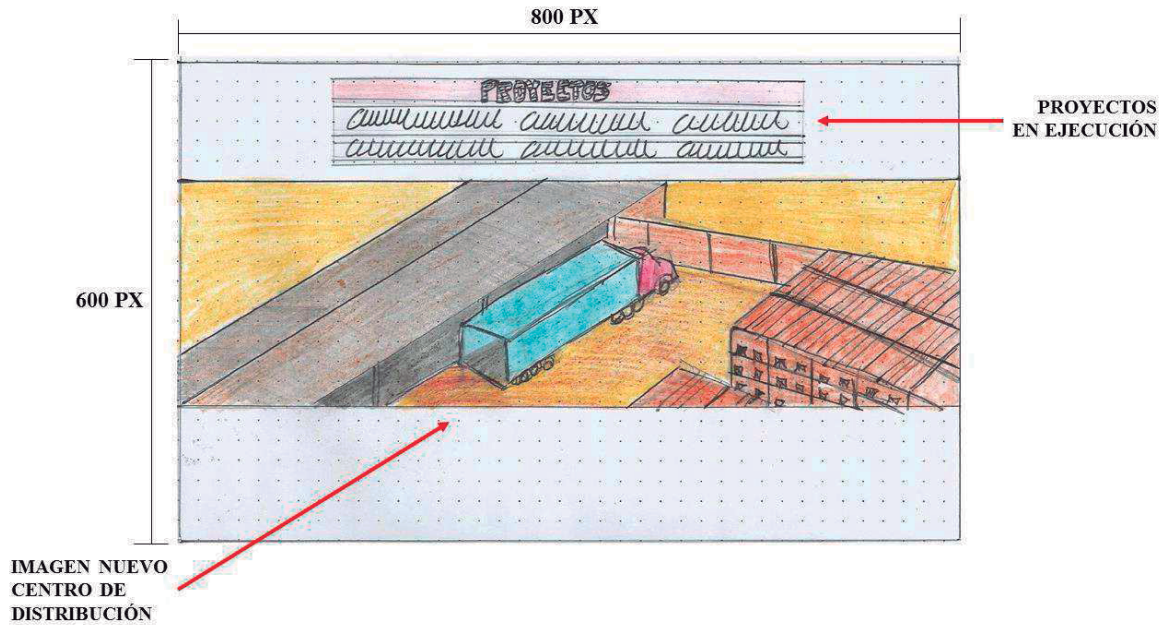
## Productos



**Descripción:** En la sección “productos” se agrega únicamente los productos y las descripciones. Los usuarios pueden visualizar a través de imágenes los 3 tipos de productos que ofrece la empresa, se ubica el texto debajo de las imágenes para que los usuarios puedan consultar las especificaciones de cada producto, se agregan las imágenes de los tres tipos de tarimas disponibles. Se utiliza el fondo blanco y se sigue la línea grafica de las secciones anteriores. Estos elementos permiten al usuario identificar los tipos de tarimas con el que trabaja Zunilito Trading Company.

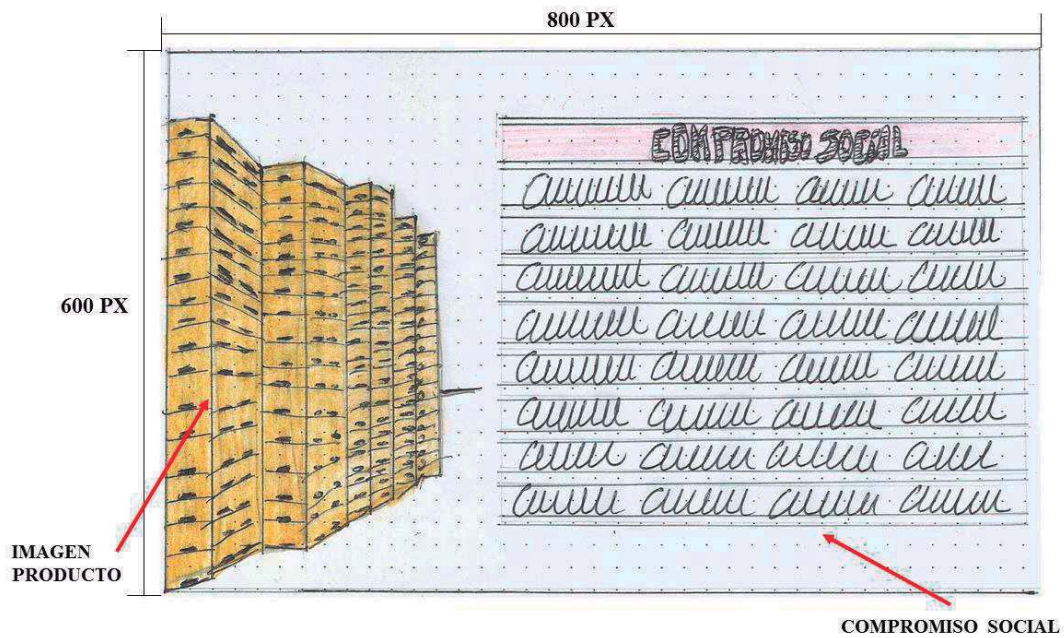


## Proyectos

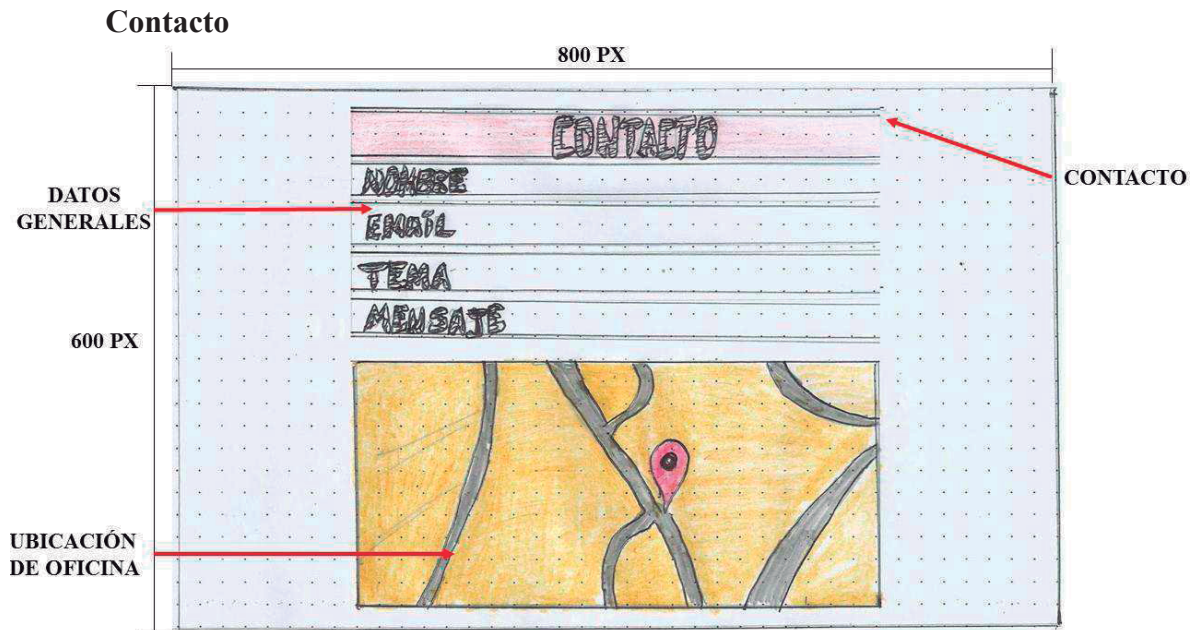


**Descripción:** En la sección “proyectos” se incluyen todos los proyectos en ejecución y seguimiento de la empresa, se agrega únicamente una breve descripción e imagen de la habilitación del centro de distribución en Guastatoya. Se diagrama el texto de esta sección, se mantiene el minimalismo con el fondo blanco y con la utilización de elementos necesarios.

## Compromiso social



**Descripción:** En la sección “compromiso social” se agrega una breve descripción e imagen de las actividades de responsabilidad social empresarial. Se diagrama el texto de compromiso social, el cual lleva una descripción sobre todos los proyectos en ejecución referentes al compromiso social, se agrega la imagen de las tarimas almacenadas para que el usuario pueda asociar rápidamente esta sección con los productos que ofrece la empresa.

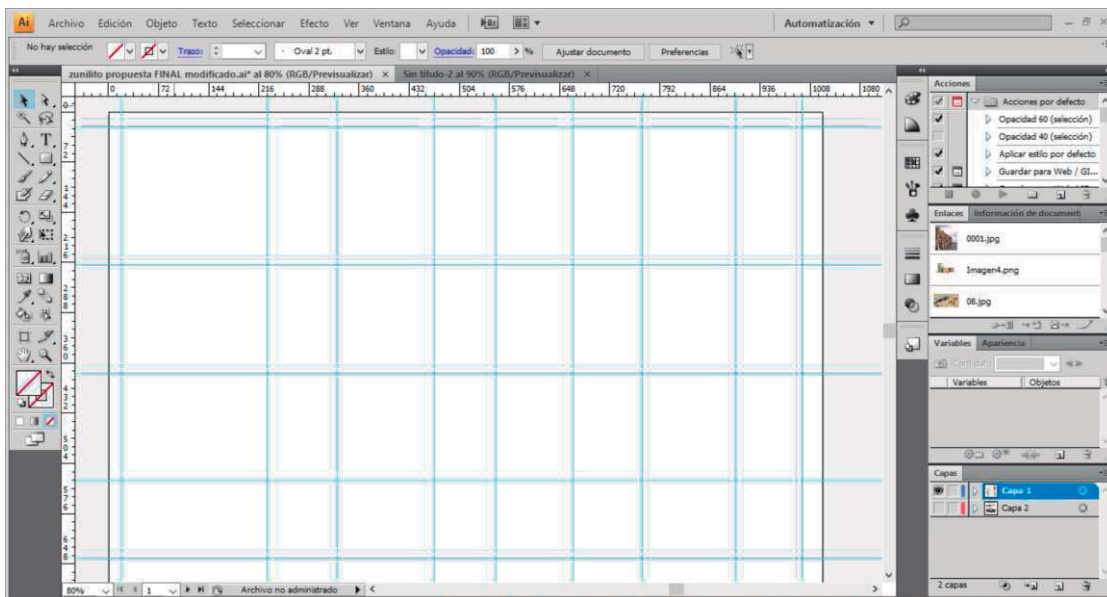


**Descripción:** En la sección “contacto” se agrega una breve descripción de la actividad. Se mantiene la línea de diseño de las secciones anteriores con el fondo blanco y elementos visuales necesarios, se diagrama la página de contacto, con las casillas que deben llenar los usuarios con sus datos generales (nombre, email, asunto y mensaje), esto permite a los usuarios contactar a la empresa fácilmente.



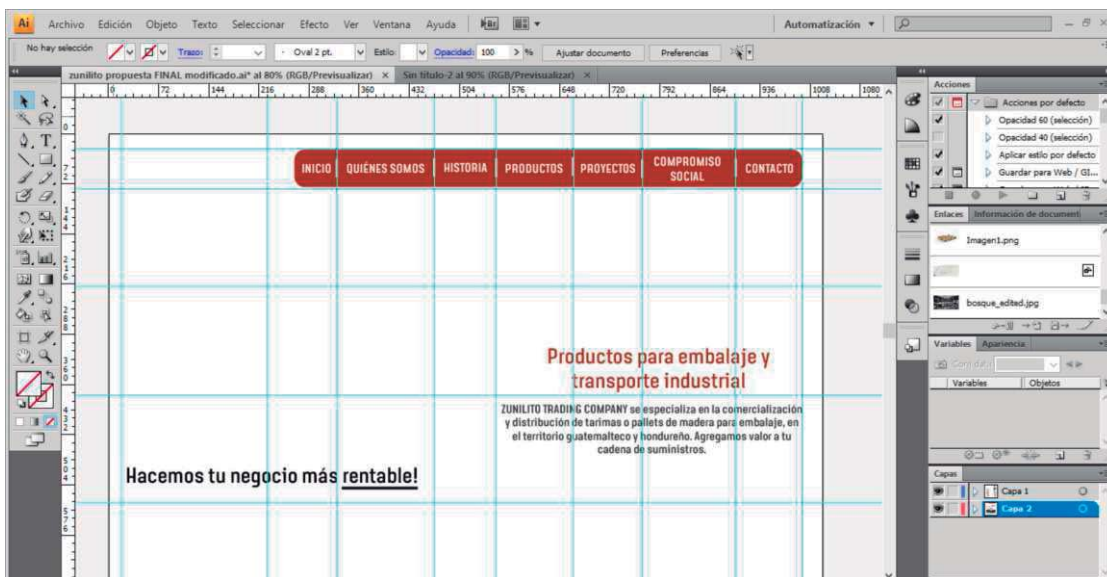
## 7.3.2 Proceso de digitalización de bocetos

### Paso I



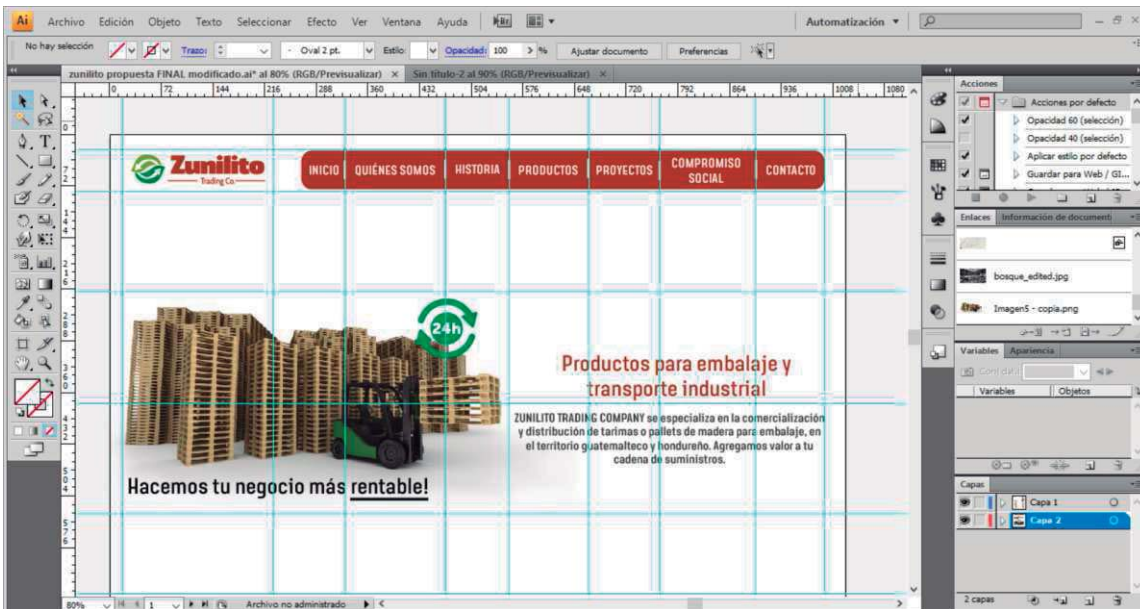
Se utiliza el programa adobe ilustrator con una dimensión inicial de 800 x 600 píxeles, se procede a realizar la retícula para la diagramación de la sección de inicio.

### Paso II



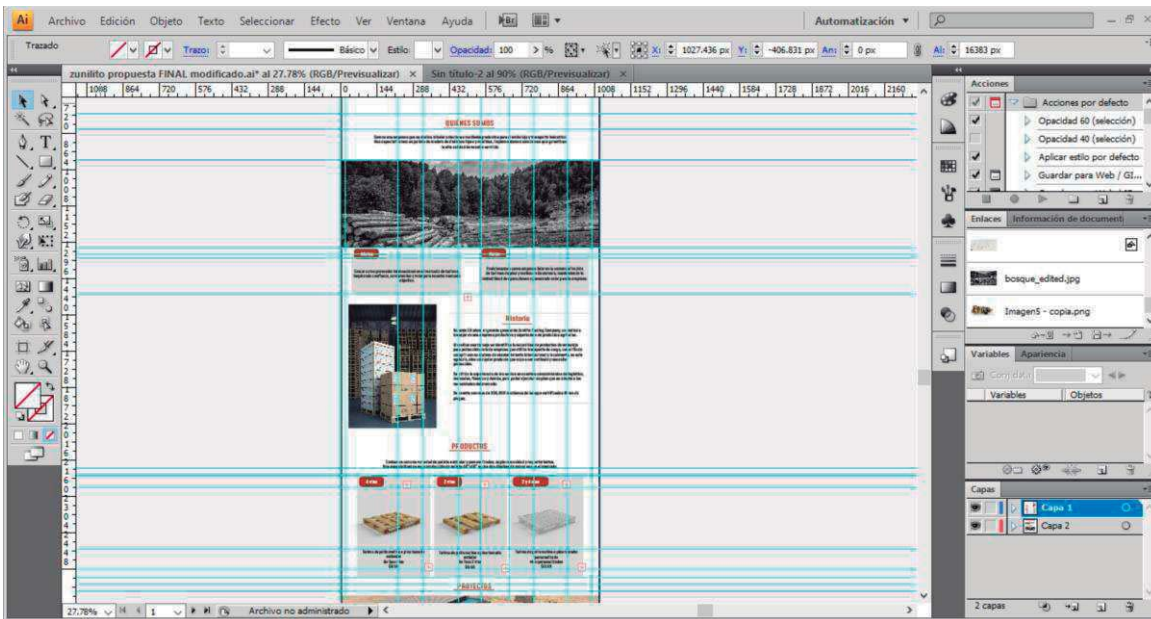
Se elabora el menú de navegación para cada sección y se agrega el texto de contenido de la sección de inicio.

### Paso III



Se procede a la digitalización del contenido de la interfaz gráfica web, se integran las imágenes y los textos se ubican según la diagramación establecida en el boceto.

### Paso IV



Se ordenan los elementos gráficos y textos de cada página y en conjunto, se verifica que el espacio y alineación sean simétrico y proporcionado entre las secciones.

## 7.4 Propuesta preliminar

### Inicio



Descripción: Se utiliza un menú estático que se encuentra anclado con cada sección de la interfaz gráfica web. El tamaño de la sección inicio es de 800 x 600 px, se utiliza un fondo blanco y para el menú se utiliza el color de la tipografía del imagotipo, esto genera relación de la marca con el diseño de la interfaz gráfica web.

Se agrega la frase conceptual y una imagen de un montacargas que manipula el producto, con esto se desea mostrar la labor y productividad de la empresa, se agrega una breve descripción de la actividad de la empresa.


La interfaz gráfica web se divide en las siguientes secciones: Quiénes somos, Historia, Productos, Proyectos, Compromiso social y Contacto.

## Quiénes Somos

800 PX

**QUIÉNES SOMOS**

Somos una empresa que se dedica brindar soluciones mediante productos para el embalaje y transporte industrial. Nos especializamos en pallets de madera de distintos tipos y medidas, implementamos soluciones que garantizan la alta calidad de nuestro servicio.



720 PX

**Misión:**

Creer como proveedor internacional en el mercado de tarimas, inspirando confianza, compromiso y valor para nuestro mercado objetivo.

**Visión:**

Posicionarnos como empresa líder en la comercialización de tarimas de pino y melina en Guatemala, manteniendo la rentabilidad de operaciones y generando valor para la empresa.

Descripción: Se agrega la descripción de la empresa, junto con una imagen de un aserradero que muestra el transporte de la materia prima de las tarimas, con la finalidad de informar sobre el proceso de elaboración. Se incluye misión y visión de la empresa, se agrega una fotografía en blanco y negro para que se relacione con la sección y su contenido.

El texto de la misión y visión es separado con rectángulos horizontales que representan equilibrio y el color gris es utilizado, ya que es un color neutro y se puede combinar con varios colores. El tamaño de la sección Quiénes Somos es de 800 x 720 px, la tipografía es steasigler, con un tamaño de 16 pts.



## Historia

600 PX
800 PX



### Historia

Durante 30 años, el gerente general de Zunilito Trading Company, se dedicó a trabajar en una empresa productora y exportadora de productos agrícolas.

Al realizar ese trabajo se identifica la necesidad de productos de embalaje para protección en toda empresa que utiliza transporte de carga, con el fin de cumplir con su cadena de abastecimiento internacional y localmente, no solo agrícola, sino cualquier producto que vaya a ser estibado y necesite protección.

Se utiliza la experiencia de los socios en cuanto a conocimientos de logística, mercadeo, finanzas y demás, para poder ejecutar un plan que se adapte a las necesidades del mercado.

Se cuenta con más de 380,000 hectáreas de bosque certificados libres de plagas.

Descripción: Se presenta el diseño de la sección “Historia”, con una breve descripción de la trayectoria de la empresa con el fin de informar sobre sus inicios y crecimiento, se agrega la imagen de unas tarimas utilizadas para la manipulación del producto con el fin de informar sobre el uso correcto de estas. El tamaño de la sección es de 800 x 600 px, la tipografía es steasigler, con un tamaño de 16 pts.

## Productos

800 PX

**PRODUCTOS**

Contamos con una variedad de pallets estándar y personalizadas, según necesidad y requerimientos. Nos especializamos en la producción de pallets 40"x48" en los dos diseños de mayor uso en el mercado.

<p>4 vías</p>  <p>Tarima de polin melina o pino tamaño estándar De Taco vías \$9.50</p>	<p>2 vías</p>  <p>Tarima de polin melina o pino tamaño estándar De Taco 2 vías \$8.50</p>	<p>2 y 4 vías</p>  <p>Tarima de polin melina o pino tamaño personalizado vías personalizadas \$11.50</p>
--	--	---

600 PX


Descripción: En el diseño de sección “Productos”, se agregan los tres tipos de tarimas disponibles con dimensiones y características (tipo de material, 2 vías o 4 vías y precio) con el fin de informar sobre los productos disponibles, cada producto es separado con rectángulos verticales los cuales representan equilibrio, y el color gris es utilizado ya que es un color neutro y se puede combinar con varios colores. El tamaño de la sección es de 800 x 600 px, la tipografía es steasigler con un tamaño de 16 pts.

## Proyectos

800 PX

**PROYECTOS**

720 PX





---

Actualmente se trabaja en la mejora y habilitación del centro de distribución zunilito en el km 74 carretera Jacobo árbenz, Guastatoya, esto permite una mejor distribución.

---

Con esto se espera contar con el suficiente stock y llenar las expectativas de nuestros clientes con un producto de calidad y a un bajo precio.

---

Descripción: En el diseño de sección “Proyectos”, se describen los proyectos en ejecución. El tamaño de la sección es de 800 x 720 px, la tipografía es steasigler con un tamaño de 16 pts. Se agregan dos imágenes, la primera del centro de distribución en habilitación en Guastatoya, con el fin de informar sobre los proyectos en ejecución y la segunda imagen muestra el producto asegurado en las tarimas con la finalidad de ejemplificar el propósito de las tarimas, que es seguridad.

Se agrega la imagen de unas tarimas en un rectángulo horizontal que representa equilibrio, y el color gris es utilizado, ya que es un color neutro y se puede combinar con varios colores. Este se agrega para mantener la misma línea gráfica en toda la página.

## Compromiso Social



Descripción: En el diseño de sección “Compromiso Social”, se describen las actividades referentes al compromiso social, con el fin de informar al usuario sobre los programas en beneficio a la empresa, al ambiente y a su entorno. Se agrega una imagen de las tarimas con las que se trabajan y se reutilizan. El tamaño de la sección es de 800 x 600 px, la tipografía es steasigler con un tamaño de 16 pts.



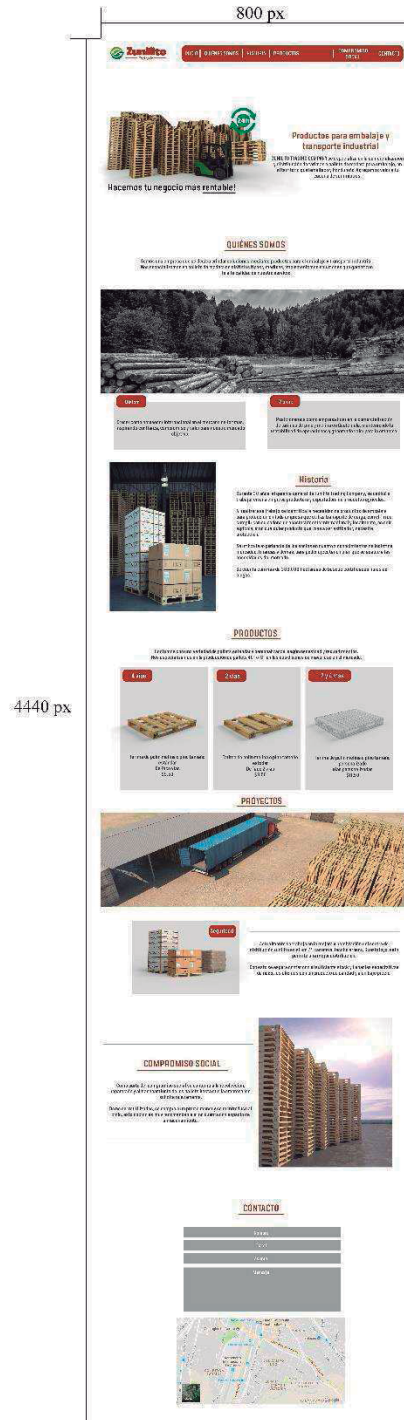
## Contacto

**800 PX**

**CONTACTO**

Descripción: En el diseño de sección “Contacto”, se incluyen los datos generales (nombre, email, tema y mensaje) para que el usuario llene con sus datos y pueda enviar un mensaje a la empresa, esto para solicitar cotizaciones o resolver dudas. Se agregan rectángulos horizontales para mantener la línea gráfica de la página, se coloca la ubicación con google maps de la empresa. El tamaño de la sección es de 800 x 600 px, la tipografía es steasigler con un tamaño de 16 pts.

## Interfaz gráfica web completa



Descripción: Propuesta preliminar diseño de interfaz gráfica web. El menú inicio se encuentra fijo y se realiza con bloque de navegación hacia arriba.

**CAPÍTULO VIII**  
**VALIDACIÓN**  
**TÉCNICA**

## Capítulo VIII: Validación Técnica

El trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utiliza el enfoque cuanti y cualitativo. El primero sirve para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos y a través del enfoque cualitativo se evalúa el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta preliminar del diseño.

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplica al cliente, a 25 personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a 5 expertos en el área de comunicación y diseño.

### 8.1 Población y muestreo.

La población es la cantidad total o conjunto de un grupo o una región determinada que presenta ciertas características en común. Por ello la validación de este proyecto se lleva a cabo con tres grupos: el cliente, grupo objetivo y a los expertos en el área de comunicación y diseño.

Muestra: Selección o toma de una parte del grupo total.

La validación del diseño de la interfaz gráfica web se realiza con una muestra de 31 personas que comprenden en tres grupos:

Cliente: Sandra Carolina Zelaya Ceballos, Directora Comercial.

Grupo Objetivo: 25 hombres y mujeres que laboran y toman decisiones de compra en organizaciones corporativas privadas, públicas, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales.

5 expertos en el área de comunicación y diseño: La importancia de esta validación es recibir retroalimentación o sugerencias para realizar mejoras al proyecto.

Lic. Lourdes Donis (26 años de experiencia).

Lic. Rolando Barahona (25 años de experiencia).

Lic. Marlon Borrayo (24 años de experiencia).

Lic. Lissette Pérez (27 años de experiencia).

Lic. Yuliana Luna (10 años de experiencia).

## **8.2 Método e instrumento**

El método que se utilizó para la validación es mixto, porque la técnica empleada es la encuesta y el instrumento es el cuestionario de la encuesta. Este instrumento cuantitativo permite obtener información de forma objetiva de las respuestas que dé el cliente, el grupo objetivo y los expertos acerca del diseño y funcionalidad de la interfaz gráfica web.

Para llevar a cabo este proceso validación, es importante contar con una herramienta de recolección de datos que permita cuantificar los resultados para verificar si el proyecto cumple con los objetivos y con los requerimientos del cliente, por lo que se utilizó una encuesta que está compuesta por 14 preguntas cerradas (Véase en anexo D).

La encuesta está dividida en tres partes:

Parte Objetiva: En esta parte se verifica si se cumplen los objetivos en el proyecto, está conformada por 5 preguntas con respuestas dicotómicas que tienen como respuesta sí o no.

Parte Semiológica: En esta parte se realizaron 4 preguntas con respuestas de escala de valoración estimativa que pretende eliminar la subjetividad en la evaluación y tiene como respuesta tres opciones: mucho, poco o nada. Esta parte valida la percepción y distribución de los elementos gráficos.

Parte Operativa: En esta parte se realizan 5 preguntas con respuestas de escala de valoración estimativa de tres opciones, en esta parte se valida la funcionalidad, navegación e interacción.

El proceso de validación para el grupo objetivo se lleva a cabo en el área de trabajo de cada uno de los encuestados, se visitó a las personas una semana antes para confirmar disponibilidad, adicional a la encuesta se les comunicó verbalmente sobre la empresa como información básica y se elaboró la encuesta individualmente. Se verifica que todas las preguntas estén respondidas.

La validación efectuada con el cliente fue en las instalaciones de Zunilito Trading Company, se realizó en media hora, ya que previamente se le presentaron avances del proyecto. Durante el proceso de validación se tomó una fotografía al cliente que evidencia que respondió la encuesta. (Véase en anexo E).

El proceso de validación con los expertos se ejecutó en las instalaciones del Campus Central de Universidad Galileo, se les solicitó individualmente una semana antes la confirmación y se efectuó la validación en el horario indicado por cada uno de ellos, la validación fue finalizada en 15 minutos aproximadamente, en el caso de la Licenciada Yuliana Luna, se concretó la visita a su trabajo Leo Burnett zona 14 en el horario indicado por ella y también fue elaborada en 15 minutos (Véase en anexo F).

Para evidenciar el proceso de validación se fotografiaron a los expertos (Véase en anexo G), al grupo objetivo (Véase en anexo H) y con el cliente (Véase en anexo I).

### 8.3 Resultados e interpretación de resultados

Luego de obtener los datos al aplicar la encuesta, se tabulan para obtener los resultados (Véase en anexo J).

#### Parte Objetiva:

1. ¿Considera que es necesario diseñar una interfaz gráfica web para dar a conocer en internet a clientes reales y potenciales, las tarimas de embalaje que vende la empresa Zunilito Trading Company?



SÍ 100%

NO 0%

Interpretación: El 100% de los encuestados considera que sí es necesario diseñar una interfaz gráfica web para dar a conocer en internet a clientes reales y potenciales, las tarimas de embalaje que vende la empresa Zunilito Trading Company.

2. ¿Cree que es necesario investigar información acerca del diseño y diagramación de interfaz gráfica web, para desarrollar de forma adecuada el proyecto?



**SÍ 100%**

**NO 0%**

Interpretación: El 100% de los encuestados cree que sí es necesario investigar información acerca del diseño y diagramación de interfaz gráfica web, para desarrollar de forma adecuada el proyecto.



3. ¿Considera necesario recopilar toda la información necesaria acerca de la empresa Zunilito Trading Company para definir el contenido y estructura de la interfaz gráfica web?



**SÍ 100%**

**NO 0%**

Interpretación: El 100% de los encuestados sí considera necesario recopilar toda la información necesaria acerca de la empresa Zunilito Trading Company para definir el contenido y estructura de la interfaz gráfica web.

4. ¿Cree necesario diagramar los elementos gráficos de forma ordenada y con jerarquía visual para que la información sea fácil de leer y comprender?



SÍ 100%

NO 0%

Interpretación: El 100% de los encuestados sí cree necesario diagramar los elementos gráficos de forma ordenada y con jerarquía visual para que la información sea fácil de leer y comprender.

5. ¿Cree que es importante establecer un menú con enlaces que identifiquen los productos e información importante acerca de la empresa para que el grupo objetivo pueda acceder con facilidad al contenido?



**SÍ 97%**



**NO 3%**

Interpretación: El 97% de los encuestados si cree que es importante establecer un menú con enlaces que identifiquen los productos e información importante acerca de la empresa, para que el grupo objetivo pueda acceder con facilidad al contenido, el 3% considera que no es importante.

6. Según su criterio, el diseño de la interfaz gráfica web para la empresa de comercialización de tarimas para embalaje es:



**Muy Atractivo**  
84%



**Poco Atractivo**  
13%



**Nada Atractivo**  
3%

Interpretación: El 84% de los encuestados piensa que el diseño de la interfaz gráfica web para la empresa de comercialización de tarimas para embalaje es muy atractivo, el 13% que es poco atractivo y el 3% nada atractivo.

7. La manera en que están distribuidos los elementos gráficos (texto, imágenes y formas) en la interfaz gráfica web, hace que esta proyecte una imagen:



Muy Ordenada  
90%



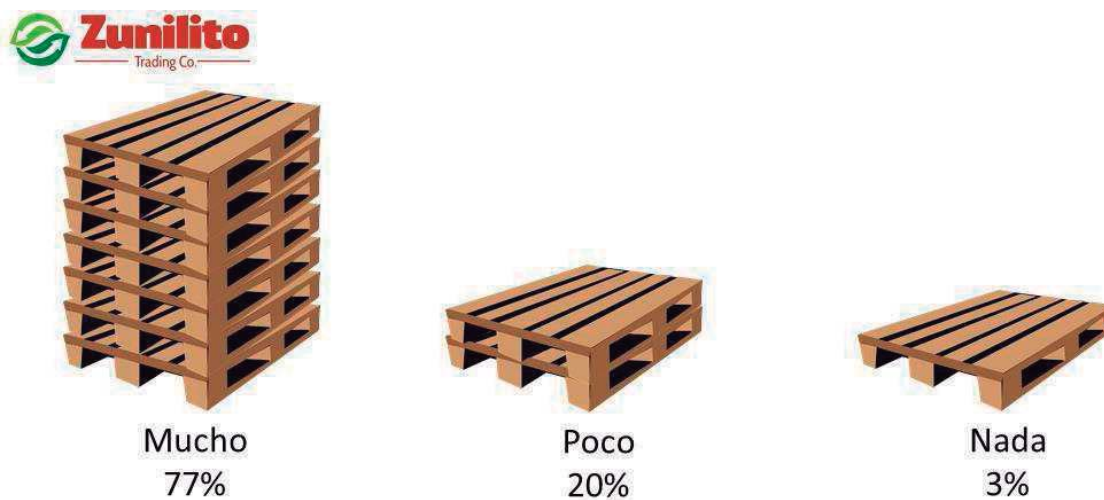
Poco Ordenada  
7%



Nada Ordenada  
3%

Interpretación: El 90% de los encuestados piensa que el diseño proyecta una imagen muy ordenada, el 7% piensa que proyecta una imagen poco ordenada y el 3% piensa que nada ordenada.

8. El color utilizado en la interfaz gráfica web se adapta al tema de comercialización de tarimas:



Interpretación: El 77% de los encuestados piensa que el color utilizado en la interfaz gráfica web se adapta mucho al tema de comercialización de tarimas, el 20% considera que se adapta poco y el 3% considera que no se adapta al tema.

9. Las imágenes elegidas para el diseño de la interfaz gráfica web son:



Apropiadas  
97%



Poco Apropiadas  
3%

Nada Apropiadas  
0%

Interpretación: El 97% de los encuestados considera apropiadas las imágenes elegidas para el diseño de la interfaz gráfica web, el 3% considera las imágenes poco apropiadas.

10. Piensa que el texto en el diseño de la interfaz gráfica web es:



**Muy Atractivo**  
81%



**Poco Atractivo**  
19%

**Nada Atractivo**  
0%

Interpretación: El 81% de los encuestados piensa que el texto en el diseño de la interfaz gráfica web es muy atractivo y el 19% piensa que es poco atractivo.



11. La ubicación del menú de la interfaz gráfica web es fácil de encontrar:



Mucho 74%



Poco 26%

Nada 0%

Interpretación: El 74% de los encuestados considera la ubicación del menú de la interfaz gráfica web es fácil de encontrar y el 26% considera la ubicación del menú poco fácil de encontrar.

12. Considera que la interacción con la interfaz gráfica web diseñada le ha resultado:



Fácil de comprender y de utilizar, el diseño es consistente.  
97%



Comete errores al utilizarlo, pero corrige con rapidez una acción una vez reconocido el error  
3%

Comete muchos errores, se le dificulta comprender y utilizar, el diseño no es consistente  
0%

Interpretación: El 97% de los encuestados considera la navegación es fácil de comprender y utilizar, el diseño es consistente, el 3% considera que comete errores al utilizarlo, pero corrige con rapidez una acción una vez reconocido el error.

13. ¿El contenido de la interfaz gráfica web cumple con la función de informar acerca de la empresa y sus productos?



Mucho  
97%



Poco  
3%

Nada  
0%

Interpretación: El 97% de los encuestados considera que el contenido de la interfaz gráfica web cumple mucho con la función de informar acerca de la empresa y sus productos, el 3% considera que poco.

14. ¿Puede encontrar rápidamente lo que quiere en esta interfaz gráfica web?



SÍ 97%



NO 3%

Interpretación: El 97% de los encuestados considera que puede encontrar rápidamente lo que quiere en esta interfaz gráfica web, el 3% considera que no puede encontrar rápidamente lo que quiere en la interfaz gráfica web.

**Hallazgos más importantes:**

Separación de secciones entre páginas con color verde.

Cambio de cuadro en los productos, ya que parece un botón.

Presencia de imagotipo en fotografía o imagen.

Sombra en tarima personalizada.

Agregar fotografías.

## 8.4 Cambios con base a los resultados

Los resultados de las encuestas muestran que la propuesta de la interfaz gráfica web cumple con los objetivos del proyecto y las respuestas son favorables. Se han tomado en cuenta las observaciones de los expertos para mejorar la propuesta.

### 8.4.1 Quiénes somos

Antes:

## QUIÉNES SOMOS

Somos una empresa que se dedica brindar soluciones mediante productos para el embalaje y transporte industrial. Nos especializamos en pallets de madera de distintos tipos y medidas, implementamos soluciones que garantizan la alta calidad de nuestro servicio.



**Misión:**

Crecer como proveedor internacional en el mercado de tarimas, inspirando confianza, compromiso y valor para nuestro mercado objetivo.

**Visión:**

Posicionarnos como empresa líder en la comercialización de tarimas de pino y melina en Guatemala, manteniendo la rentabilidad de operaciones y generando valor para la empresa.

Después:

**QUIÉNES SOMOS**

Somos una empresa que se dedica brindar soluciones mediante productos para el embalaje y transporte industrial. Nos especializamos en pallets de madera de distintos tipos y medidas, implementamos soluciones que garantizan la alta calidad de nuestro servicio.

**Misión:**  
Crecer como proveedor internacional en el mercado de tarimas, inspirando confianza, compromiso y valor para nuestro mercado objetivo.

**Visión:**  
Posicionarnos como empresa líder en la comercialización de tarimas de pino y melina en Guatemala, manteniendo la rentabilidad de operaciones y generando valor para la empresa.

Se agrega división entre secciones

Se agrega imagotipo en imagen del aserradero

Se agrega título separado ya que daba la impresión de ser un botón

Justificación: Se agrega el imagotipo en la fotografía, ya que indican que es necesaria más presencia de marca, se añade una división entre páginas y se cambian los cuadros de títulos de misión y visión ya que parecían botón.

## 8.4.2 Productos

Antes:

### PRODUCTOS

Contamos con una variedad de pallets estándar y personalizadas, según necesidad y requerimientos.  
Nos especializamos en la producción de pallets 40"x48" en los dos diseños de mayor uso en el mercado.

<p><b>4 vías</b></p>  <p>Tarima de polin melina o pino tamaño estándar De Taco vías \$9.50</p>	<p><b>2 vías</b></p>  <p>Tarima de polin melina o pino tamaño estándar De Taco 2 vías \$8.50</p>	<p><b>2 y 4 vías</b></p>  <p>Tarima de polin melina o pino tamaño personalizado vias personalizadas \$11.50</p>
---	---	--



Después:

## PRODUCTOS

Contamos con una variedad de pallets estándar y personalizadas, según necesidad y requerimientos.  
Nos especializamos en la producción de pallets 40"x48" en los dos diseños de mayor uso en el mercado.

4 vías	2 vías	2 y 4 vías
 <p style="font-size: small;">Tarima de polin melina o pino tamaño estándar De Taco vías \$9.50</p>	 <p style="font-size: small;">Tarima de polin melina o pino tamaño estándar De Taco 2 vías \$8.50</p>	 <p style="font-size: small;">Tarima de polin melina o pino tamaño personalizado vías personalizadas \$11.50</p>

Se agrega división entre secciones

Se agrega título separado ya que daba la impresión de ser un botón

Justificación: Se agrega división entre páginas a solicitud de los expertos y se cambian los cuadros de títulos de tipo de producto, ya que se confundían con botones.



### 8.4.3 Proyectos:

Antes:

**PROYECTOS**



Seguridad

Actualmente se trabaja en la mejora y habilitación del centro de distribución zunilito en el km 74 carretera Jacobo árbenz, Guastatoya. esto permite una mejor distribución.

Con esto se espera contar con el suficiente stock y llenar las expectativas de nuestros clientes con un producto de calidad y a un bajo precio.



Después:

**PROYECTOS**



Se agrega imatotipo a la imagen

Se agrega división entre secciones

Actualmente se trabaja en la mejora y habilitación del centro de distribución zunilito en el km 74 carretera Jacobo árbenz, Guastatoya, esto permite una mejor distribución. Con esto se espera contar con el suficiente stock y llenar las expectativas de nuestros clientes con un producto de calidad y a un bajo precio.



Se agregan fotografías del nuevo centro de distribución

Se agregan fotografías del nuevo centro de distribución

Justificación: Se elimina la imagen de la tarima y se colocan fotografías del centro de distribución en proceso de habilitación. Se agrega la división entre secciones y se incluye el imatotipo en la imagen del proyecto.

**CAPÍTULO IX**  
**PROPUESTA**  
**GRÁFICA FINAL**

## Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final

### 9.1 Interfaz gráfica web

#### Inicio




## Quiénes somos

800 PX

### QUIÉNES SOMOS

Somos una empresa que se dedica brindar soluciones mediante productos para el embalaje y transporte industrial. Nos especializamos en pallets de madera de distintos tipos y medidas, implementamos soluciones que garantizan la alta calidad de nuestro servicio.



Misión:

Crecer como proveedor internacional en el mercado de tarimas, inspirando confianza, compromiso y valor para nuestro mercado objetivo.

Visión:

Posicionarnos como empresa líder en la comercialización de tarimas de pino y melina en Guatemala, manteniendo la rentabilidad de operaciones y generando valor para la empresa.

800 PX

## Historia

800 PX

600 PX



### Historia

Durante 30 años, el gerente general de Zunilito Trading Company, se dedicó a trabajar en una empresa productora y exportadora de productos agrícolas.

Al realizar ese trabajo se identifica la necesidad de productos de embalaje para protección en toda empresa que utiliza transporte de carga, con el fin de cumplir con su cadena de abastecimiento internacional y localmente, no solo agrícola, sino cualquier producto que vaya a ser estibado y necesite protección.

Se utiliza la experiencia de los socios en cuanto a conocimientos de logística, mercadeo, finanzas y demás, para poder ejecutar un plan que se adapte a las necesidades del mercado.

Se cuenta con más de 380,000 hectáreas de bosque certificados libres de plagas.



## Productos

800 PX

**PRODUCTOS**

Contamos con una variedad de pallets estándar y personalizadas, según necesidad y requerimientos.  
Nos especializamos en la producción de pallets 40"x48" en los dos diseños de mayor uso en el mercado.

4 vías	2 vías	2 y 4 vías
 <p>Tarima de polin melina o pino tamaño estándar De Taco 4 vías \$9.50</p>	 <p>Tarima de polin melina o pino tamaño estándar De Taco 2 vías \$8.50</p>	 <p>Tarima de polin melina o pino tamaño personalizado vías personalizadas \$11.50</p>

600 PX

# Proyectos

800 PX

## PROYECTOS



960 PX

Actualmente se trabaja en la mejora y habilitación del centro de distribución zunilito en el km 74 carretera Jacobo árbenz, Guastatoya. esto permite una mejor distribución. Con esto se espera contar con el suficiente stock y llenar las expectativas de nuestros clientes con un producto de calidad y a un bajo precio.





## Compromiso Social

800 PX

600 PX

### COMPROMISO SOCIAL

Como parte del compromiso social se contempla la recolección, reparación y almacenamiento de los pallets hasta que la empresa los solicite nuevamente.

De no ser reutilizados, se compra a un precio menor y se re introduce al ciclo, esta opción es muy recomendable si no cuenta con espacio de almacenamiento.



# Contacto

800 PX

800 PX

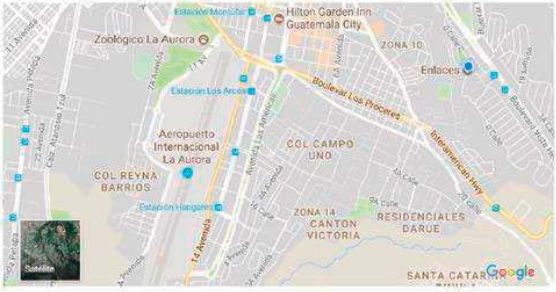
**CONTACTO**

Nombre

E Mail

Asunto


Mensaje




The map shows Santa Catarina, Guatemala, with landmarks such as the Aeropuerto Internacional La Aurora, Zoológico La Aurora, and various residential zones like ZONA 10 and ZONA 1A. It also shows the CCL CAMPD UNO and the Estación Municipal. The map is credited to Google.


# Interfaz Gráfica Web Completa

800 px



[Inicio](#) | [Quiénes Somos](#) | [Productos](#) | [Proyectos](#) | [Contacto](#)






### Productos para embalaje y transporte industrial

**Hacemos tu negocio más rentable**

---

#### QUIÉNES SOMOS

**Quiénes somos**




**Misión**

Como líderes mundiales en el mercado de empaques, ofrecemos soluciones innovadoras y sostenibles para nuestros clientes.

**Visión**

Proponemos ser el líder mundial en el mercado de empaques, ofreciendo soluciones innovadoras y sostenibles para nuestros clientes.




**Historia**

Desde 1980, nos dedicamos a ofrecer soluciones de empaques y transporte industrial de alta calidad y sostenibilidad. Nuestra experiencia y liderazgo en el mercado nos permiten ofrecer soluciones innovadoras y sostenibles para nuestros clientes.


#### PRODUCTOS

**4 vías**




Carrito de palets estándar para transporte terrestre. Capacidad: 2000 kg.

**2 vías**




Carrito de palets estándar para transporte terrestre. Capacidad: 2000 kg.

**2 x 4 vías**





Carrito de palets estándar para transporte terrestre. Capacidad: 2000 kg.

#### PROYECTOS



**Proyectos**


Realizamos proyectos de construcción de infraestructuras de empaques y transporte industrial de alta calidad y sostenibilidad. Nuestra experiencia y liderazgo en el mercado nos permiten ofrecer soluciones innovadoras y sostenibles para nuestros clientes.


#### COMPROMISO SOCIAL

**Compromiso Social**

Como líderes mundiales en el mercado de empaques y transporte industrial, nos comprometemos a ofrecer soluciones innovadoras y sostenibles para nuestros clientes. Nuestra experiencia y liderazgo en el mercado nos permiten ofrecer soluciones innovadoras y sostenibles para nuestros clientes.



#### CONTACTO



4960 px

**CAPÍTULO X**  
**PRODUCCIÓN,**  
**REPRODUCCIÓN**  
**Y DISTRIBUCIÓN**

## Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

### 10.1 Plan de costo de elaboración:

El tiempo estimado para la elaboración de la interfaz gráfica web se toma en cuenta la recopilación de información, proceso creativo, elaboración de propuesta preliminar y adaptación de la interfaz gráfica web al sitio web.

- Total semanas trabajadas: 5 semanas
- Total de días trabajados: 20 días (4 días por semana)
- Total de horas trabajadas 120 horas (6 horas diarias)

Se estima una base de Q25.00 por hora trabajada

Valor total por horas: 120 horas por Q25.00 = Q3,000.00

### 10.2 Plan de costo de producción:

Se toma en cuenta el tiempo del proceso de validación de la propuesta preliminar y se tabulan los resultados. Se realizan los cambios y se presentan los artes finales.

- Total de semanas trabajadas: 4 semanas
- Total de días trabajados: 16 días (4 días por semana)
- Total de horas trabajadas 64 horas (4 horas diarias)

Se estima una base de Q25.00 por hora trabajada

Valor total por horas: 64 horas por Q25.00 = Q1,600.00

### 10.3 Plan de costo de reproducción:

1 memoria USB de 8GB con el diseño editable de la interfaz gráfica web para la empresa Zunilito Trading Company. Q150

Total de Q150

#### 10.4 Plan de costo de distribución:

Para implementar el proyecto se recomienda invertir en el dominio y host. El dominio es el nombre de la empresa en internet y tiene un costo de Q89, y host es el espacio en internet para almacenar los archivos y documentos del sitio y tiene un costo de Q222 anuales. La recomendación es Godaddy.com ya que cuenta con el precio más competitivo (Véase anexo K).

#### 10.5 Margen de utilidad:

Al elaborar el presupuesto al Director Comercial de Zunilito Trading Company sobre el costo de elaboración, producción, reproducción y distribución, se realiza el cálculo del margen de utilidad.

Al total de los costos estimados se le calcula el 20% de margen de utilidad, que se detalla en el cuadro resumen.

#### 10.6 Iva:

El IVA correspondiente es el 12% sobre el costo de elaboración, producción, reproducción, distribución y al margen de utilidad

Costo total del proyecto	
Elaboración	Q3,000.00
Producción	Q1,600.00
Reproducción	Q150.00
Distribución	Q311.00
<b>Subtotal</b>	<b>Q5,061.00</b>
<b>Margen de utilidad</b>	<b>Q1,012.20</b>
<b>Total</b>	<b>Q6,073.20</b>
<b>Costo Total (IVA)</b>	<b>Q6,801.98</b>

### 10.7 Cuadro con resumen general de costos:

A continuación, se detalla cada uno de los gastos que poseen los planes de elaboración, producción, reproducción y distribución de la interfaz gráfica web para la empresa Zunilito Trading Company.

ETAPA	DETALLE	SUBTOTAL
Costos de elaboración	Total horas trabajadas 120 (6 hrs diarias) Precio por hora Q25	Q3,000.00
Costos de producción	total de horas trabajadas 64 (4 hrs diarias) precio por hora Q25	Q1,600.00
Costos de reproducción	Memoria Usb 8GB	Q150.00
Costos de distribución	Host anual y dominio	Q311.00
SUBTOTAL		Q5,061.00
MARGEN DE UTILIDAD		Q1,012.20
SUBTOTAL		Q6,073.20
IVA		Q728.78
TOTAL		Q6,801.98

El costo total del proyecto en todas las fases de su realización asciende al costo de Q.6,801.98.

**CAPÍTULO XI**  
**CONCLUSIONES Y**  
**RECOMENDACIONES**



## Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

### 11.1 Conclusiones:

Se diseñó una interfaz gráfica web que permite dar a conocer en internet a clientes reales y potenciales, las tarimas de embalaje que vende la empresa Zunilito Trading Company.

Se investigó acerca del diseño y diagramación de interfaz gráfica web, por lo que se desarrolló de forma adecuada el proyecto.

Se recopiló la información necesaria acerca de la empresa Zunilito Trading Company, lo que permitió definir el contenido y estructura de la interfaz gráfica web.

Se diagramaron los elementos gráficos de forma ordenada y con jerarquía visual, lo que permite que la información sea fácil de leer y comprender por el grupo objetivo.

Se estableció un menú en donde se identifiquen los productos, e información importante de la empresa, por ello el grupo objetivo puede acceder con facilidad al contenido.

## **11.2 Recomendaciones:**

Incluir la dirección de la web en la papelería de Zunilito Trading Company e incluirlo en las redes sociales, para dar a conocer al grupo objetivo y lograr así el crecimiento de la cartera de clientes.

Actualizar las imágenes y fotografías de las secciones de la interfaz gráfica web periódicamente con los nuevos productos y proyectos que realice la empresa.

Al actualizar la interfaz gráfica web de Zunilito Trading Company, se recomienda respetar la diagramación y jerarquía visual de los elementos que se agreguen para evitar cambios drásticos en la estructura de la interfaz gráfica web.

Al momento de añadir otra sección en la interfaz gráfica web, es necesario incluirlo en el menú para que los usuarios puedan identificarlo y acceder fácilmente al contenido.

**CAPÍTULO XII**  
**CONOCIMIENTO**  
**GENERAL**

## Capítulo XII: Conocimiento General



**CAPÍTULO XIII**  
**REFERENCIAS**

## Capítulo XIII: Referencias

### 13.1 Referencia de documentos físicos

#### A

Alberich, J., (2007). *Grafismo multimedia*, Barcelona, España, editorial UOC. ISBN 978-84-9788-597-3.

#### F

Frascara, J., (2004). *Diseño gráfico para la gente*, Buenos Aires, Argentina, ediciones infinito. ISBN 987-96370-2-X.

#### G

Guiraud., (1972). *la semiología*, Buenos Aires, Argentina, Siglo XXI. ISBN 968-23-0135-1.

#### H

Hiard, V., (2016). *Gestión de un proyecto web*, Barcelona, España, ediciones ENI. ISBN 978-2-7460-9501-4.

#### M

Mariño, R., (2005). *Diseño de páginas web y diseño gráfico*, Vigo, España, Ideaspropias editorial. ISBN 978-84-934547-1-5.

Morales, M., (2010). *Analítica web para empresas*, Barcelona, España, editorial UOC. ISBN 978-84-9029-852-7.

#### P

Pérez, Luis., (2014). *Sociología*, Renacimiento, México, grupo editorial patria. ISBN 978-607-744-056-7.

**R**

Royo, J., (2004). *Diseño digital*, Barcelona, España, ediciones paidós. ISBN 84-493-1550-6.

**S**

Satué, E., (2001). *Arte en la tipografía*, Madrid, España, ediciones ciruela. ISBN 978-84-984-111-1-9.

Santos, D., (2012). *Comunicación oral y escrita*, Tlalnepantla, Mexico, ediciones red tercer milenio ISBN 978-607-733-174-2.

**W**

Wright, T., (2001). *Fotografía*, Madrid, España, ediciones akal. ISBN 84-460-1344-4.

**13.2 Referencias electrónicas****A**

Almaguer, E., (2001). *Envase, empaque y embalaje de productos*. Recuperado de:  
<https://www.gestiopolis.com/envase-empaque-y-embalaje-de-productos/>

**B**

Berlo, D., (2001). *Elementos del proceso de comunicación*. Recuperado de:  
[http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/redaccion/comunicacion/cont\\_elementos.htm](http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/redaccion/comunicacion/cont_elementos.htm)

Bloch, R., (2012). *Los Pallets en el comercio internacional*. Recuperado de:  
<http://rm-forwarding.com/2012/04/24/los-pallets-en-el-comercio-internacional/>

**C**

Costa, J., (2003). *Semiótica del color*. recuperado de:  
<http://www.proyectacolor.cl/significados-del-color/semiotica-del-color/>

Comesaña, L., (2003). *Diseño de interfaces web*. recuperado de:  
<http://www.sitiolibre.com/curso/pdf/DIW01.pdf>

Contreras, L., (2011). *Historia de la informática*. Recuperado de:  
<http://histinf.blogs.upv.es/2011/12/20/redes-sociales/>

Cuevas, C., (2010). *la psicología*. recuperado de:  
<http://psicologiayempresa.com/la-psicologia-definicion-y-objeto-de-estudio.html>

Cortez, A., (1995) *Comunicación, pensamiento y lenguaje*. Recuperado de:  
[http://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/4/4584/Practica\\_4.pdf](http://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/4/4584/Practica_4.pdf)

Casanova, A., (2001). *la percepción del color*. recuperado de:  
<http://www.ub.edu/pal/node/28>

## D

Díaz, M., (2015). *Definición de empresa y sus funciones*. Recuperado de:  
<https://www.gestiopolis.com/definicion-de-empresa-y-sus-funciones-el-ejemplo-de-the-coca-cola-company/>

## G

Garzón, C., (2000). *interacción a la organización*. recuperado de:  
<http://www.denisenajmanovich.com.ar/upload/Organizacion%20%20Sistema%20Autonomia%20complejidad%20completo.doc>

Goethe, F., (1991). *Teoría de colores*. recuperado de:  
[https://www.ecured.cu/Teor%C3%ADa\\_del\\_color](https://www.ecured.cu/Teor%C3%ADa_del_color)

## K

Kotler, P., Armstrong, G., (1980). *Marketing*. recuperado de:  
[https://profdariomarketing.files.wordpress.com/2014/03/marketing\\_kotler-armstrong.pdf](https://profdariomarketing.files.wordpress.com/2014/03/marketing_kotler-armstrong.pdf)



**L**

- Lamarca, M., (2013). *Diseño de una página web*. Recuperado de:  
[http://www.hipertexto.info/documentos/diseg\\_web.htm](http://www.hipertexto.info/documentos/diseg_web.htm)
- Lomonosov., B. (S,F). *Conceptos de comunicación*. recuperado de:  
<http://www.apuntesgestion.com/b/concepto-de-comunicacion/comment-page-3/>
- Lopez, C., (2001). *Conceptos básicos de producción*. Recuperado de:  
<https://www.gestiopolis.com/conceptos-basicos-produccion/>
- León, R., (2016). *Elementos de la comunicación visual*. Recuperado de:  
<https://www.mimoilus.com/elementos-comunicacion-visual/>
- Luzardo, A., (2009). *Diseño de la interfaz gráfica web en función de los dispositivos móviles*. Recuperado de:  
[http://www.palermo.edu/dyc/maestria\\_diseno/pdf/tesis.completas/43.luzardo.pdf](http://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/43.luzardo.pdf)

**M**

- Manene, L., (2012). *Logística, transporte, almacenaje y manutención*. Recuperado de: <http://www.luismiguelmanene.com/2012/06/21/logistica-transporte-almacenaje-y-manutencion/>
- Muriel, R., (1980). *Canales de comunicación*. recuperado de:  
[https://www.ecured.cu/Canal\\_de\\_Comunicaci%C3%B3n](https://www.ecured.cu/Canal_de_Comunicaci%C3%B3n)
- Maeda, J., (2017). *Diseño web minimalista*. recuperado de:  
[https://www.ecured.cu/Dise%C3%B1o\\_web\\_minimalista#Leyes\\_de\\_la\\_simplicidad\\_de\\_John\\_Maeda](https://www.ecured.cu/Dise%C3%B1o_web_minimalista#Leyes_de_la_simplicidad_de_John_Maeda)
- Mendoza, I., (2013). *Importación y exportación*. recuperado de:  
<http://www.utel.edu.mx/blog/10-consejos-para-a-que-se-refiere-importacion-y-exportacion/>

Muñiz, R., (2013). *La comunicación corporativa: imagen, relaciones públicas y responsabilidad social corporativa*. recuperado de: <http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-corporativa%3A-imagen%2C-relaciones-publicas-y-responsabilidad-social-corporativa-89.htm>

Morales, C., (2015). *Importancia de los códigos en la comunicación*. Recuperado de: <http://www.atenea.edu.bo/importancia-de-los-codigos-en-la-comunicacion/>

Mejía, J., (2017). *Qué es el Marketing Digital, su importancia y principales estrategias*. Recuperado de: <http://www.juancmejia.com/marketing-digital/que-es-el-marketing-digital-su-importancia-y-principales-estrategias/>

Montoya, M., (2011). *¿Qué es Maquetación y Diagramación?* Recuperado de: <http://sumamaeshorrible.blogspot.com/2011/03/que-es-maquetacion-y-diagramacion.html>

## N

Núñez, E., (2016). *Semiología de la imagen*. recuperado de: <https://sites.google.com/site/disenograficoemba/semiologia-de-la-imagen>

Neira, J., (2017). *Diseño gráfico plano*. Recuperado de: <https://www.creativosonline.org/blog/disenografico-plano-flat-design.html>

## O

Orellana, E., (2010). *Psicología Organizacional*. recuperado de: <http://psicologiayempresa.com/la-psicologia-definicion-y-objeto-de-estudio.html>

Orús, F., (1981). *Materiales aglomerados*. recuperado de: [https://www.academia.edu/15867867/Materiales\\_aglomerados?ends\\_sutd\\_reg\\_path=true](https://www.academia.edu/15867867/Materiales_aglomerados?ends_sutd_reg_path=true)

## P

Perez, D., (2013). *Privacidad y protección*. Recuperado de: <http://www.criptored.upm.es/crypt4you/temas/privacidad-proteccionleccion4/leccion4.html>

**Q**

Quesada, S., (2013). *Diferencias entre el diseño web adaptativo y responsive*.

Recuperado de: <https://www.puromarketing.com/21/18837/entre-diseno-adaptativo-responsive.html>

**S**

Segre, C., (2015). *Miguel de Lorenzi*. recuperado de:

[http://www.animafestival.com.ar/forum/files/2015/01/08\\_fiorenza\\_segre.pdf](http://www.animafestival.com.ar/forum/files/2015/01/08_fiorenza_segre.pdf)

Stanton, W., Futrell, C., (1987). *Marketing, comercialización y orientación al mercado. Definición y tendencias principales*. recuperado de:

<https://www.gestiopolis.com/marketing-comercializacion-orientacion-mercado-definicion-tendencias-principales/>

Stanton, W., Etzel, M., Walker, B., (2007). *Fundamentos de marketing*. recuperado de: <https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>

Sassu, G., (2009). *Teoría de Gestalt*. recuperado de:

<https://www.stampaprint.net/es/blog/acerca-de-la-impresion/la-teoria-la-gestalt>

**V**

Ventura, S., (2013). *Que es la exportación*. recuperado de:

<https://www.gestion.org/que-es-la-exportacion/>

**W**

Wachtler, T., (2002). *Recorrido Visual*. recuperado de:

<http://codigosvisuales0.blogspot.com/2008/01/el-recorrido-visual.html>

# **CAPÍTULO XIV**

## **ANEXOS**

## Capítulo XIV: Anexos

### Anexo A: Brief del cliente.



# BRIEF

**BRIEF:** Es un documento escrito que debe contener toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto de graduación. Es un instrumento de mercadeo que sirve como la plataforma el cual define los objetivos de mercadeo y de comunicación de la organización.

#### DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante: CHRISTIAN PAVEL MEDINA GONZALEZ  
 No. de Carné: 08001677 Celular: 41284442  
 Email: Cmedina0388@gmail.com  
 Proyecto: DISEÑO DE INTERFAZ GRÁFICA DE SITIO WEB PARA DAR A CONOCER A INTERNET A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LAS TAVIMAS DE EMBALAJE QUE VENDE LA EMPRESA ZULITO TRADING COMPANY

#### DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente (empresa): Zulito Trading Company  
 Dirección: 78 AV "A" 6-01 VISTA HERMINIA ZONA 15  
 Email: info@zulito.com Tel: 41291642  
 Contacto: Sandra Carolina Zelaya Celular: 41527263  
 Antecedentes: El gerente de ZULITO se decidió a trabajar en una empresa productora y exportadora de productos agrícolas, se identificó la necesidad de productos de embalaje para la protección del producto para el Tránsito por ITC.  
 Oportunidad identificada: Guatemala es un país productor de madera por lo que permite fabricar TAVIMAS de madera para embalaje con suficiente oferta en el mercado Forestal.

## Anexo A: Brief del cliente.

**BRIEF**

## DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Misión:	Crecer como proveedor internacional en el mercado de Tanimas, inspirando confianza, compromiso y valor para el CE.
Visión:	Posicionarnos como empresa líder en la comercialización de Tanimas de puros y medios en Guatemala.
Delimitación geográfica:	Guatemala.
Grupo objetivo:	Empresas productoras agrícolas, industriales con exportación.
Principal beneficio al grupo objetivo:	Tanimas de primera calidad y personalizada.
Competencia:	Fedecovera, Industrias y productores independientes.
Posicionamiento:	Para productores industriales y agrícolas en Guatemala.
Factores de diferenciación:	Oferta constante, Servicio post venta y respuesta rápida.
Objetivo de mercadeo:	Establecerse en el mercado de Tanimas como la mejor empresa proveedora, sólida, con capacidad de respuesta.
Objetivo de comunicación:	Dar a conocer en internet a clientes reales y potenciales, las Tanimas de embalaje.
Mensajes claves a comunicar:	Expresar sobre los productos que ofrece la empresa y satisfacer a los Clientes R y P.
Estrategia de comunicación:	Utiliza publicidad de base a base para direccionar a los Clientes reales y potenciales.
Reto del diseño y trascendencia:	Cumplir con los requerimientos y expectativas de la empresa, al crear una propuesta visual atractiva y funcional.

Anexo A: Brief del cliente.

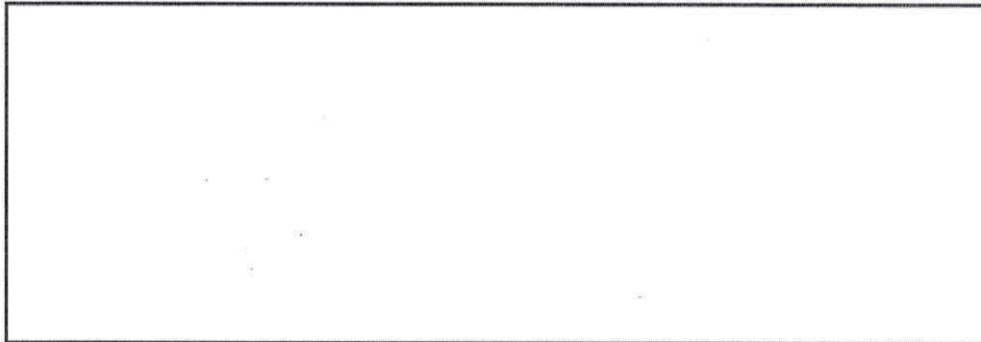
# BRIEF

Materiales a realizar: Entrega gráfica web para dar a conocer los productos y servicios que ofrece la empresa.  
Presupuesto: \_\_\_\_\_

## DATOS DEL LOGOTIPO

Colores: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
Tipografía: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
Forma: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## LOGOTIPO



Fecha: 



Anexo B: Maquetación Web.



Menu and content dynamic



Menu fixed, Content dynamic



Menu and content dynamic



3 columns, all dynamic



4 columns, all dynamic



Menu floating



Menu fixed, content & header dynamic



3 columns fixed centered



dynamic with header and footer



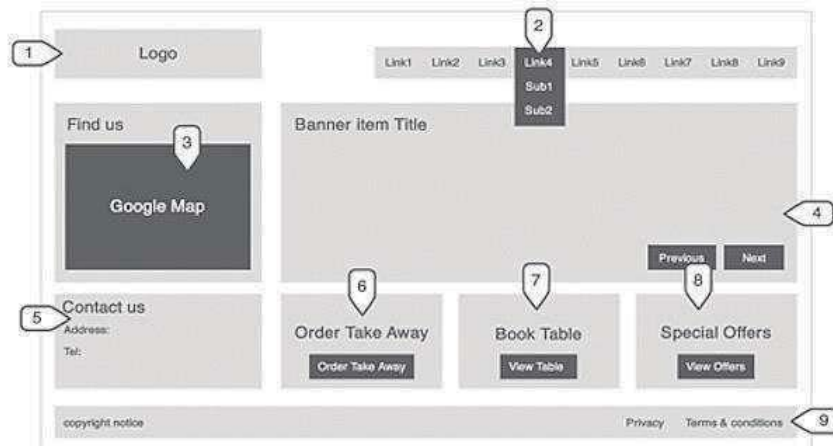
fixed BOX centered



dynamic BOX centered



fixed Box totally centered





Anexo C: Tabla de requisitos.

Elemento Gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Diagramación	Crear la propuesta de interfaz gráfica web, en lo que se coloca elementos como texto, imágenes y fotografías referentes a la empresa	Bocetaje a mano y digitalización en Illustrator, se crean líneas guías para los elementos gráficos	Orden y equilibrio
Color	Se utilizan colores adecuados para que el grupo objetivos se identifique con la empresa.	Adobe Illustrator, CMYK	Armonía, fuerza.
Tipografía	Utilización de tipografía adecuada para la identificación con empresas de exportación.	Adobe Illustrator	Orden
Estilo	Se utiliza el minimalismo y el flat design, se utilizan únicamente elementos necesarios.	Adobe Illustrator	Equilibrio

## Anexo D: Encuesta de validación.



Facultad de Ciencias de la Comunicación  
(FACOM)  
Licenciatura en Comunicación y Diseño  
Proyecto de Tesis

Género: F  Experto:  Nombre:

M  Cliente:  Profesión:

Edad:  Grupo Objetivo:  Puesto:

Años de experiencia en el mercado:

### Encuesta de validación del proyecto

**Diseño de interfaz gráfica de sitio web para dar a conocer en internet a clientes reales y potenciales, las tarimas de embalaje que vende la empresa Zunilito Trading Company. Guatemala, Guatemala, 2018.**

**Antecedentes:** Durante 30 años, el Gerente General de Zunilito Trading Company, se dedicó a trabajar en una empresa productora y exportadora de productos agrícolas. Al realizar ese trabajo se identifica la necesidad de productos de embalaje para protección en toda empresa que utiliza transporte de carga, con el fin de cumplir con su cadena de abastecimiento internacional y localmente, no solo agrícola, sino cualquier producto que vaya a ser estibado y necesite protección.

La empresa Zunilito Trading Company, actualmente carece de un sitio web que permita dar a conocer a través de internet sus productos, es por ello que pocas personas conocen dicha empresa.

**Objetivos de la investigación:** Tiene como objetivo medir las opiniones de los encuestados para recibir una retroalimentación y realizar mejoras en la propuesta de ser necesario.

**Instrucciones:** Observe la interfaz gráfica web, lea las siguientes preguntas y responda según su criterio profesional.

#### Parte Objetiva:

1. ¿Considera que es necesario diseñar una interfaz gráfica web para dar a conocer en internet a clientes reales y potenciales, las tarimas de embalaje que vende la empresa Zunilito Trading Company?

sí  
 NO

2. ¿Cree que es necesario investigar información acerca del diseño y diagramación de interfaz gráfica web, para desarrollar de forma adecuada el proyecto?

sí  
 NO

Anexo D: Encuesta de validación.

- 3. ¿Considera necesario recopilar toda la información necesaria acerca de la empresa Zunilito Trading Company para definir el contenido y estructura de la interfaz gráfica web?**

SÍ  
 NO

- 4. ¿Cree necesario diagramar los elementos gráficos de forma ordenada y con jerarquía visual para que la información sea fácil de leer y comprender?**

SÍ  
 NO

- 5. ¿Cree que es importante establecer un menú con enlaces que identifiquen los productos e información importante acerca de la empresa para que el grupo objetivo pueda acceder con facilidad al contenido?**

SÍ  
 NO

**Parte semiológica:**

- 6. Según su criterio, el diseño de la interfaz gráfica web para la empresa de comercialización de tarimas para embalaje es:**

Muy Atractivo  
 Poco atractivo  
 Nada atractivo

- 7. La manera en que están distribuidos los elementos gráficos (texto, imágenes y formas) en la interfaz gráfica web, hace que esta proyecte una imagen:**

Muy Ordenada  
 Poco ordenada  
 Nada ordenada

- 8. El color utilizado en la interfaz gráfica web se adapta al tema de comercialización de tarimas:**

Mucho  
 Poco  
 Nada

## Anexo D: Encuesta de validación.

**9. Las imágenes elegidas para el diseño de la interfaz gráfica web son:**

- Apropriadas
- Poco apropiadas
- Nada apropiadas

**Parte operativa:****10. Piensa que el texto en el diseño de la interfaz gráfica web es:**

- Muy legible
- Poco legible
- Nada legible

**11. La ubicación del menú de la interfaz gráfica web es fácil de encontrar:**

- Mucho
- Poco
- Nada

**12. Considera que la interacción con la interfaz gráfica web diseñada le ha resultado:**

- Fácil de comprender y de utilizar, el diseño es consistente.
- Comete errores al utilizarlo, pero corrige con rapidez una acción una vez reconocido el error
- Comete muchos errores, se le dificulta comprender y utilizar, el diseño no es consistente

**13. ¿El contenido de la interfaz gráfica web cumple con la función de informar acerca de la empresa y sus productos?**

- Mucho
- Poco
- Nada

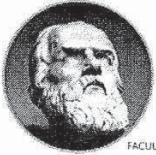
**14. ¿Puede encontrar rápidamente lo que quiere en esta interfaz gráfica web?**

- sí
- NO

Observaciones: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Gracias por su apoyo en la realización de este cuestionario.

## Anexo E: Encuesta respondida por el cliente.



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Facultad de Ciencias de la Comunicación  
(FACOM)  
Licenciatura en Comunicación y Diseño  
Proyecto de Tesis

Género:	F <input type="checkbox"/>	Experto: <input type="checkbox"/>	Nombre: <input style="width: 100%;" type="text" value="Sandra Zelaya"/>
	M <input type="checkbox"/>	Cliente: <input checked="" type="checkbox"/>	Profesión: <input style="width: 100%;" type="text" value="Mercadóloga"/>
Edad: <input type="checkbox"/>	Grupo Objetivo: <input type="checkbox"/>	Puesto: <input style="width: 100%;" type="text" value="Directora Comercial"/>	
			Años de experiencia en el mercado: <input style="width: 100%;" type="text" value="9"/>

**Encuesta de validación del proyecto**

**Diseño de interfaz gráfica de sitio web para dar a conocer en internet a clientes reales y potenciales, las tarimas de embalaje que vende la empresa Zunilito Trading Company. Guatemala, Guatemala, 2018.**

**Antecedentes:** Durante 30 años, el gerente general de Zunilito Trading Company, se dedicó a trabajar en una empresa productora y exportadora de productos agrícolas. Al realizar ese trabajo se identifica la necesidad de productos de embalaje para protección en toda empresa que utiliza transporte de carga, con el fin de cumplir con su cadena de abastecimiento internacional y localmente, no solo agrícola, sino cualquier producto que vaya a ser estibado y necesite protección.

La empresa Zunilito Trading Company, actualmente carece de un sitio web que permita dar a conocer a través de internet sus productos, es por ello que pocas personas conocen dicha empresa.

**Objetivos de la investigación:** Tiene como objetivo medir las opiniones de los encuestados para recibir una retroalimentación y realizar mejoras en la propuesta de ser necesario.

**Instrucciones:** Observe la interfaz gráfica web, lea las siguientes preguntas y responda según su criterio profesional.

**Parte Objetiva:**

1. **¿Considera que es necesario diseñar una interfaz gráfica web para dar a conocer en internet a clientes reales y potenciales, las tarimas de embalaje que vende la empresa Zunilito Trading Company?**

SÍ  
 NO
2. **¿Cree que es necesario investigar información acerca del diseño y diagramación de interfaz gráfica web, para desarrollar de forma adecuada el proyecto?**

SÍ  
 NO

## Anexo E: Encuesta respondida por el cliente.

3. ¿Considera necesario recopilar toda la información necesaria acerca de la empresa Zunilito Trading Company para definir el contenido y estructura de la interfaz gráfica web?

Sí  
 NO

4. ¿Cree necesario diagramar los elementos gráficos de forma ordenada y con jerarquía visual para que la información sea fácil de leer y comprender?

Sí  
 NO

5. ¿Cree que es importante establecer un menú con enlaces que identifiquen los productos e información importante acerca de la empresa para que el grupo objetivo pueda acceder con facilidad al contenido?

Sí  
 NO

## Parte semiológica:

6. Según su criterio, el diseño de la interfaz gráfica web para la empresa de comercialización de tarimas para embalaje es:

Muy Atractivo  
 Poco atractivo  
 Nada atractivo

7. La manera en que están distribuidos los elementos gráficos (texto, imágenes y formas) en la interfaz gráfica web, hace que esta proyecte una imagen:

Muy Ordenada  
 Poco ordenada  
 Nada ordenada

8. El color utilizado en la interfaz gráfica web se adapta al tema de comercialización de tarimas:

Mucho  
 Poco  
 Nada



## Anexo E: Encuesta respondida por el cliente.

9. Las imágenes elegidas para el diseño de la interfaz gráfica web son:

- Apropriadas  
 Poco apropiadas  
 Nada apropiadas

Parte operativa:

10. Piensa que el texto en el diseño de la interfaz gráfica web es:

- Muy legible  
 Poco legible  
 Nada legible

11. La ubicación del menú de la interfaz gráfica web es fácil de encontrar:

- Mucho  
 Poco  
 Nada

12. Considera que la interacción con la interfaz gráfica web diseñada le ha resultado:

- Fácil de comprender y de utilizar, el diseño es consistente.  
 Comete errores al utilizarlo, pero corrige con rapidez una acción una vez reconocido el error  
 Comete muchos errores, se le dificulta comprender y utilizar, el diseño no es consistente

13. ¿El contenido de la interfaz gráfica web cumple con la función de informar acerca de la empresa y sus productos?

- Mucho  
 Poco  
 Nada

14. ¿Puede encontrar rápidamente lo que quiere en esta interfaz gráfica web?

- sí  
 NO

Observaciones: el contenido es apropiado como  
información general Desde el móvil la web  
fue clara y de fácil navegación

Gracias por su apoyo en la realización de este cuestionario.

  
 Sandra Zelazki

## Anexo F: Encuesta aplicada a los expertos.



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
LA REVOLUCIÓN EN LA EDUCACIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Facultad de Ciencias de la Comunicación

(FACOM)

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de Tesis

Género:  
F  M

Experto:  Cliente:  Grupo Objetivo:

Edad:

Nombre:

Profesión:

Puesto:

Años de experiencia en el mercado:

#### Encuesta de validación del proyecto

**Diseño de interfaz gráfica de sitio web para dar a conocer en internet a clientes reales y potenciales, las tarimas de embalaje que vende la empresa Zunilito Trading Company. Guatemala, Guatemala, 2018.**

**Antecedentes:** Durante 30 años, el gerente general de Zunilito Trading Company, se dedicó a trabajar en una empresa productora y exportadora de productos agrícolas. Al realizar ese trabajo se identifica la necesidad de productos de embalaje para protección en toda empresa que utiliza transporte de carga, con el fin de cumplir con su cadena de abastecimiento internacional y localmente, no solo agrícola, sino cualquier producto que vaya a ser estibado y necesite protección.

La empresa Zunilito Trading Company, actualmente carece de un sitio web que permita dar a conocer a través de internet sus productos, es por ello que pocas personas conocen dicha empresa.

**Objetivos de la investigación:** Tiene como objetivo medir las opiniones de los encuestados para recibir una retroalimentación y realizar mejoras en la propuesta de ser necesario.

**Instrucciones:** Observe la interfaz gráfica web, lea las siguientes preguntas y responda según su criterio profesional.

#### Parte Objetiva:

1. **¿Considera que es necesario diseñar una interfaz gráfica web para dar a conocer en internet a clientes reales y potenciales, las tarimas de embalaje que vende la empresa Zunilito Trading Company?**

SÍ  
 NO

2. **¿Cree que es necesario investigar información acerca del diseño y diagramación de interfaz gráfica web, para desarrollar de forma adecuada el proyecto?**

SÍ  
 NO



## Anexo F: Encuesta aplicada a los expertos.

3. ¿Considera necesario recopilar toda la información necesaria acerca de la empresa Zunilito Trading Company para definir el contenido y estructura de la interfaz gráfica web?

sí  
 NO

4. ¿Cree necesario diagramar los elementos gráficos de forma ordenada y con jerarquía visual para que la información sea fácil de leer y comprender?

sí  
 NO

5. ¿Cree que es importante establecer un menú con enlaces que identifiquen los productos e información importante acerca de la empresa para que el grupo objetivo pueda acceder con facilidad al contenido?

sí  
 NO

**Parte semiológica:**

6. Según su criterio, el diseño de la interfaz gráfica web para la empresa de comercialización de tarimas para embalaje es:

Muy Atractivo  
 Poco atractivo  
 Nada atractivo

7. La manera en que están distribuidos los elementos gráficos (texto, imágenes y formas) en la interfaz gráfica web, hace que esta proyecte una imagen:

Muy Ordenada  
 Poco ordenada  
 Nada ordenada

8. El color utilizado en la interfaz gráfica web se adapta al tema de comercialización de tarimas:

Mucho  
 Poco  
 Nada

## Anexo F: Encuesta aplicada a los expertos.

9. Las imágenes elegidas para el diseño de la interfaz gráfica web son:

- Apropriadas  
 Poco apropiadas  
 Nada apropiadas

Parte operativa:

10. Piensa que el texto en el diseño de la interfaz gráfica web es:

- Muy legible  
 Poco legible  
 Nada legible

11. La ubicación del menú de la interfaz gráfica web es fácil de encontrar:

- Mucho  
 Poco  
 Nada

12. Considera que la interacción con la interfaz gráfica web diseñada le ha resultado:

- Fácil de comprender y de utilizar, el diseño es consistente.  
 Comete errores al utilizarlo, pero corrige con rapidez una acción una vez reconocido el error  
 Comete muchos errores, se le dificulta comprender y utilizar, el diseño no es consistente


13. ¿El contenido de la interfaz gráfica web cumple con la función de informar acerca de la empresa y sus productos?

- Mucho  
 Poco  
 Nada

14. ¿Puede encontrar rápidamente lo que quiere en esta interfaz gráfica web?

- Sí  
 No

Observaciones:

  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Gracias por su apoyo en la realización de este cuestionario.

ANDREA BULF.  
 ASESORA

## Anexo F: Encuesta aplicada a los expertos.



**Galileo**  
UNIVERSIDAD

La Revolución en la Educación

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Facultad de Ciencias de la Comunicación

(FACOM)

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de Tesis

Género:

F

M

M

Edad:

Grupo Objetivo:

Experto:

Cliente:

Nombre:

Profesión:

Puesto:

Años de experiencia  
en el mercado:

Lissette Pérez Aguirre

Publicista

Directora Regional de Ventas

27 años

#### Encuesta de validación del proyecto

**Diseño de interfaz gráfica de sitio web para dar a conocer en internet a clientes reales y potenciales, las tarimas de embalaje que vende la empresa Zunilito Trading Company. Guatemala, Guatemala, 2018.**

**Antecedentes:** Durante 30 años, el gerente general de Zunilito Trading Company, se dedicó a trabajar en una empresa productora y exportadora de productos agrícolas. Al realizar ese trabajo se identifica la necesidad de productos de embalaje para protección en toda empresa que utiliza transporte de carga, con el fin de cumplir con su cadena de abastecimiento internacional y localmente, no solo agrícola, sino cualquier producto que vaya a ser estibado y necesite protección.

La empresa Zunilito Trading Company, actualmente carece de un sitio web que permita dar a conocer a través de internet sus productos, es por ello que pocas personas conocen dicha empresa.

**Objetivos de la investigación:** Tiene como objetivo medir las opiniones de los encuestados para recibir una retroalimentación y realizar mejoras en la propuesta de ser necesario.

**Instrucciones:** Observe la interfaz gráfica web, lea las siguientes preguntas y responda según su criterio profesional.

#### Parte Objetiva:

1. ¿Considera que es necesario diseñar una interfaz gráfica web para dar a conocer en internet a clientes reales y potenciales, las tarimas de embalaje que vende la empresa Zunilito Trading Company?

Sí  
 NO

2. ¿Cree que es necesario investigar información acerca del diseño y diagramación de interfaz gráfica web, para desarrollar de forma adecuada el proyecto?

Sí  
 NO

## Anexo F: Encuesta aplicada a los expertos.

3. ¿Considera necesario recopilar toda la información necesaria acerca de la empresa Zunilito Trading Company para definir el contenido y estructura de la interfaz gráfica web?

- Sí  
 NO

4. ¿Cree necesario diagramar los elementos gráficos de forma ordenada y con jerarquía visual para que la información sea fácil de leer y comprender?

- Sí  
 NO

5. ¿Cree que es importante establecer un menú con enlaces que identifiquen los productos e información importante acerca de la empresa para que el grupo objetivo pueda acceder con facilidad al contenido?

- Sí  
 NO

**Parte semiológica:**

6. Según su criterio, el diseño de la interfaz gráfica web para la empresa de comercialización de tarimas para embalaje es:

- Muy Atractivo  
 Poco atractivo  
 Nada atractivo

7. La manera en que están distribuidos los elementos gráficos (texto, imágenes y formas) en la interfaz gráfica web, hace que esta proyecte una imagen:

- Muy Ordenada  
 Poco ordenada  
 Nada ordenada

8. El color utilizado en la interfaz gráfica web se adapta al tema de comercialización de tarimas:

- Mucho  
 Poco  
 Nada
-

## Anexo F: Encuesta aplicada a los expertos.

9. Las imágenes elegidas para el diseño de la interfaz gráfica web son:

- Apropriadas  
 Poco apropiadas  
 Nada apropiadas

Parte operativa:

10. Piensa que el texto en el diseño de la interfaz gráfica web es:

- Muy legible  
 Poco legible  
 Nada legible

11. La ubicación del menú de la interfaz gráfica web es fácil de encontrar:

- Mucho  
 Poco  
 Nada

12. Considera que la interacción con la interfaz gráfica web diseñada le ha resultado:

- Fácil de comprender y de utilizar, el diseño es consistente.  
 Comete errores al utilizarlo, pero corrige con rapidez una acción una vez reconocido el error  
 Comete muchos errores, se le dificulta comprender y utilizar, el diseño no es consistente

13. ¿El contenido de la interfaz gráfica web cumple con la función de informar acerca de la empresa y sus productos?

- Mucho  
 Poco  
 Nada

14. ¿Puede encontrar rápidamente lo que quiere en esta interfaz gráfica web?

- sí  
 NO

Observaciones:

*Diseño de tamaño de polin hana +  
 pronunciada la sombra, para que no  
 se pierda.*

*Quilley*

Gracias por su apoyo en la realización de este cuestionario.

ANDRÉS GULAFF.  
 ASESOR

## Anexo F: Encuesta aplicada a los expertos.



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Facultad de Ciencias de la Comunicación

(FACOM)

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de Tesis

Género: F  M

Experto:  Cliente:

Edad:  Grupo Objetivo:

Nombre:

Profesión:

Puesto:

Años de experiencia en el mercado:

#### Encuesta de validación del proyecto

**Diseño de interfaz gráfica de sitio web para dar a conocer en internet a clientes reales y potenciales, las tarimas de embalaje que vende la empresa Zunilito Trading Company. Guatemala, Guatemala, 2018.**

**Antecedentes:** Durante 30 años, el gerente general de Zunilito Trading Company, se dedicó a trabajar en una empresa productora y exportadora de productos agrícolas. Al realizar ese trabajo se identifica la necesidad de productos de embalaje para protección en toda empresa que utiliza transporte de carga, con el fin de cumplir con su cadena de abastecimiento internacional y localmente, no solo agrícola, sino cualquier producto que vaya a ser estibado y necesite protección.

La empresa Zunilito Trading Company, actualmente carece de un sitio web que permita dar a conocer a través de internet sus productos, es por ello que pocas personas conocen dicha empresa.

**Objetivos de la investigación:** Tiene como objetivo medir las opiniones de los encuestados para recibir una retroalimentación y realizar mejoras en la propuesta de ser necesario.

**Instrucciones:** Observe la interfaz gráfica web, lea las siguientes preguntas y responda según su criterio profesional.

#### Parte Objetiva:

1. ¿Considera que es necesario diseñar una interfaz gráfica web para dar a conocer en internet a clientes reales y potenciales, las tarimas de embalaje que vende la empresa Zunilito Trading Company?

Sí  
 NO

2. ¿Cree que es necesario investigar información acerca del diseño y diagramación de interfaz gráfica web, para desarrollar de forma adecuada el proyecto?

Sí  
 NO



## Anexo F: Encuesta aplicada a los expertos.

3. ¿Considera necesario recopilar toda la información necesaria acerca de la empresa Zunilito Trading Company para definir el contenido y estructura de la interfaz gráfica web?

Sí  
 NO

4. ¿Cree necesario diagramar los elementos gráficos de forma ordenada y con jerarquía visual para que la información sea fácil de leer y comprender?

Sí  
 NO

5. ¿Cree que es importante establecer un menú con enlaces que identifiquen los productos e información importante acerca de la empresa para que el grupo objetivo pueda acceder con facilidad al contenido?

Sí  
 NO

Parte semiológica:

6. Según su criterio, el diseño de la interfaz gráfica web para la empresa de comercialización de tarimas para embalaje es:

Muy Atractivo  
 Poco atractivo  
 Nada atractivo

7. La manera en que están distribuidos los elementos gráficos (texto, imágenes y formas) en la interfaz gráfica web, hace que esta proyecte una imagen:

Muy Ordenada  
 Poco ordenada  
 Nada ordenada

8. El color utilizado en la interfaz gráfica web se adapta al tema de comercialización de tarimas:

Mucho  
 Poco  
 Nada

## Anexo F: Encuesta aplicada a los expertos.

9. Las imágenes elegidas para el diseño de la interfaz gráfica web son:

- Apropriadas  
 Poco apropiadas  
 Nada apropiadas

Parte operativa:

10. Piensa que el texto en el diseño de la interfaz gráfica web es:

- Muy legible  
 Poco legible  
 Nada legible

11. La ubicación del menú de la interfaz gráfica web es fácil de encontrar:

- Mucho  
 Poco  
 Nada

12. Considera que la interacción con la interfaz gráfica web diseñada le ha resultado:

- Fácil de comprender y de utilizar, el diseño es consistente.  
 Comete errores al utilizarlo, pero corrige con rapidez una acción una vez reconocido el error  
 Comete muchos errores, se le dificulta comprender y utilizar, el diseño no es consistente

13. ¿El contenido de la interfaz gráfica web cumple con la función de informar acerca de la empresa y sus productos?

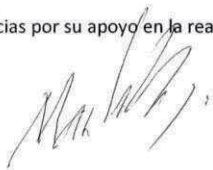
- Mucho  
 Poco  
 Nada

14. ¿Puede encontrar rápidamente lo que quiere en esta interfaz gráfica web?

- sí  
 NO

Observaciones: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Gracias por su apoyo en la realización de este cuestionario.



ANDREA VILLAF.  
 Asesora



## Anexo F: Encuesta aplicada a los expertos.



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Facultad de Ciencias de la Comunicación

(FACOM)

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de Tesis

Género:	F <input type="checkbox"/>	Experto: <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre:	<input type="text" value="Rolando Barahona"/>
	M <input checked="" type="checkbox"/>	Cliente: <input type="checkbox"/>	Profesión:	<input type="text" value="Diseñador Gráfico"/>
Edad:	<input type="text" value="48"/>	Grupo Objetivo: <input type="checkbox"/>	Puesto:	<input type="text" value="Gerente"/>
			Años de experiencia en el mercado:	<input type="text" value="25 Años"/>

## Encuesta de validación del proyecto

**Diseño de interfaz gráfica de sitio web para dar a conocer en internet a clientes reales y potenciales, las tarimas de embalaje que vende la empresa Zunilito Trading Company. Guatemala, Guatemala, 2018.**

**Antecedentes:** Durante 30 años, el gerente general de Zunilito Trading Company, se dedicó a trabajar en una empresa productora y exportadora de productos agrícolas. Al realizar ese trabajo se identifica la necesidad de productos de embalaje para protección en toda empresa que utiliza transporte de carga, con el fin de cumplir con su cadena de abastecimiento internacional y localmente, no solo agrícola, sino cualquier producto que vaya a ser estibado y necesite protección.

La empresa Zunilito Trading Company, actualmente carece de un sitio web que permita dar a conocer a través de internet sus productos, es por ello que pocas personas conocen dicha empresa.

**Objetivos de la investigación:** Tiene como objetivo medir las opiniones de los encuestados para recibir una retroalimentación y realizar mejoras en la propuesta de ser necesario.

**Instrucciones:** Observe la interfaz gráfica web, lea las siguientes preguntas y responda según su criterio profesional.

## Parte Objetiva:

1. ¿Considera que es necesario diseñar una interfaz gráfica web para dar a conocer en internet a clientes reales y potenciales, las tarimas de embalaje que vende la empresa Zunilito Trading Company?

Sí  
 NO

2. ¿Cree que es necesario investigar información acerca del diseño y diagramación de interfaz gráfica web, para desarrollar de forma adecuada el proyecto?

Sí  
 NO

## Anexo F: Encuesta aplicada a los expertos.

3. ¿Considera necesario recopilar toda la información necesaria acerca de la empresa Zunilito Trading Company para definir el contenido y estructura de la interfaz gráfica web?

SÍ  
 NO

4. ¿Cree necesario diagramar los elementos gráficos de forma ordenada y con jerarquía visual para que la información sea fácil de leer y comprender?

SÍ  
 NO

5. ¿Cree que es importante establecer un menú con enlaces que identifiquen los productos e información importante acerca de la empresa para que el grupo objetivo pueda acceder con facilidad al contenido?

SÍ  
 NO

## Parte semiológica:

6. Según su criterio, el diseño de la interfaz gráfica web para la empresa de comercialización de tarimas para embalaje es:

Muy Atractivo  
 Poco atractivo  
 Nada atractivo

7. La manera en que están distribuidos los elementos gráficos (texto, imágenes y formas) en la interfaz gráfica web, hace que esta proyecte una imagen:

Muy Ordenada  
 Poco ordenada  
 Nada ordenada

8. El color utilizado en la interfaz gráfica web se adapta al tema de comercialización de tarimas:

Mucho  
 Poco  
 Nada

---

## Anexo F: Encuesta aplicada a los expertos.

9. Las imágenes elegidas para el diseño de la interfaz gráfica web son:

- Apropriadas  
 Poco apropiadas  
 Nada apropiadas

Parte operativa:

10. Piensa que el texto en el diseño de la interfaz gráfica web es:

- Muy legible  
 Poco legible  
 Nada legible

11. La ubicación del menú de la interfaz gráfica web es fácil de encontrar:

- Mucho  
 Poco  
 Nada

12. Considera que la interacción con la interfaz gráfica web diseñada le ha resultado:

- Fácil de comprender y de utilizar, el diseño es consistente.  
 Comete errores al utilizarlo, pero corrige con rapidez una acción una vez reconocido el error  
 Comete muchos errores, se le dificulta comprender y utilizar, el diseño no es consistente

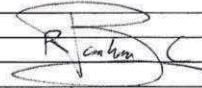
13. ¿El contenido de la interfaz gráfica web cumple con la función de informar acerca de la empresa y sus productos?

- Mucho  
 Poco  
 Nada

14. ¿Puede encontrar rápidamente lo que quiere en esta interfaz gráfica web?

- sí  
 NO

Observaciones: Únicamente en los botones, para no confundir  
y desplegar la ubicación de cada función



8/11/2017

Gracias por su apoyo en la realización de este cuestionario.

ANDREA GUILLET  
 ASESORA

## Anexo F: Encuesta aplicada a los expertos.



Facultad de Ciencias de la Comunicación  
(FACOM)  
Licenciatura en Comunicación y Diseño  
Proyecto de Tesis

Género:  F  M Experto:  Cliente:  Grupo Objetivo:

Nombre:

Profesión:

Puesto:

Años de experiencia en el mercado:

1 Falta firma  
asesor y ano

## Encuesta de validación del proyecto

**Diseño de interfaz gráfica de sitio web para dar a conocer en internet a clientes reales y potenciales, las tarimas de embalaje que vende la empresa Zunilito Trading Company. Guatemala, Guatemala, 2018.**

**Antecedentes:** Durante 30 años, el gerente general de Zunilito Trading Company, se dedicó a trabajar en una empresa productora y exportadora de productos agrícolas. Al realizar ese trabajo se identifica la necesidad de productos de embalaje para protección en toda empresa que utiliza transporte de carga, con el fin de cumplir con su cadena de abastecimiento internacional y localmente, no solo agrícola, sino cualquier producto que vaya a ser estibado y necesite protección.

La empresa Zunilito Trading Company, actualmente carece de un sitio web que permita dar a conocer a través de internet sus productos, es por ello que pocas personas conocen dicha empresa.

**Objetivos de la investigación:** Tiene como objetivo medir las opiniones de los encuestados para recibir una retroalimentación y realizar mejoras en la propuesta de ser necesario.

**Instrucciones:** Observe la interfaz gráfica web, lea las siguientes preguntas y responda según su criterio profesional.

## Parte Objetiva:

1. ¿Considera que es necesario diseñar una interfaz gráfica web para dar a conocer en internet a clientes reales y potenciales, las tarimas de embalaje que vende la empresa Zunilito Trading Company?

Sí  
 NO

2. ¿Cree que es necesario investigar información acerca del diseño y diagramación de interfaz gráfica web, para desarrollar de forma adecuada el proyecto?

Sí  
 NO

## Anexo F: Encuesta aplicada a los expertos.

3. ¿Considera necesario recopilar toda la información necesaria acerca de la empresa Zunilito Trading Company para definir el contenido y estructura de la interfaz gráfica web?

- Sí  
 NO

4. ¿Cree necesario diagramar los elementos gráficos de forma ordenada y con jerarquía visual para que la información sea fácil de leer y comprender?

- Sí  
 NO

5. ¿Cree que es importante establecer un menú con enlaces que identifiquen los productos e información importante acerca de la empresa para que el grupo objetivo pueda acceder con facilidad al contenido?

- Sí  
 NO

**Parte semiológica:**

6. Según su criterio, el diseño de la interfaz gráfica web para la empresa de comercialización de tarimas para embalaje es:

- Muy Atractivo  
 Poco atractivo  
 Nada atractivo

7. La manera en que están distribuidos los elementos gráficos (texto, imágenes y formas) en la interfaz gráfica web, hace que esta proyecte una imagen:

- Muy Ordenada  
 Poco ordenada  
 Nada ordenada

8. El color utilizado en la interfaz gráfica web se adapta al tema de comercialización de tarimas:

- Mucho  
 Poco  
 Nada

## Anexo F: Encuesta aplicada a los expertos.

9. Las imágenes elegidas para el diseño de la interfaz gráfica web son:

- Apropriadas  
 Poco apropiadas  
 Nada apropiadas

Parte operativa:

10. Piensa que el texto en el diseño de la interfaz gráfica web es:

- Muy legible  
 Poco legible  
 Nada legible

11. La ubicación del menú de la interfaz gráfica web es fácil de encontrar:

- Mucho  
 Poco  
 Nada

12. Considera que la interacción con la interfaz gráfica web diseñada le ha resultado:

- Fácil de comprender y de utilizar, el diseño es consistente.  
 Comete errores al utilizarlo, pero corrige con rapidez una acción una vez reconocido el error  
 Comete muchos errores, se le dificulta comprender y utilizar, el diseño no es consistente

13. ¿El contenido de la interfaz gráfica web cumple con la función de informar acerca de la empresa y sus productos?

- Mucho  
 Poco  
 Nada

14. ¿Puede encontrar rápidamente lo que quiere en esta interfaz gráfica web?

- sí  
 NO

Observaciones:

1) Uso más verde (línea divisoria)  
 2) Espaciado en el responsive.  
 3) Gerente General  
 4) contacto fb / tw  
 5) catálogo en línea  
 6) presencia logo

*Andrés*  
 Experto

Gracias por su apoyo en la realización de este cuestionario.

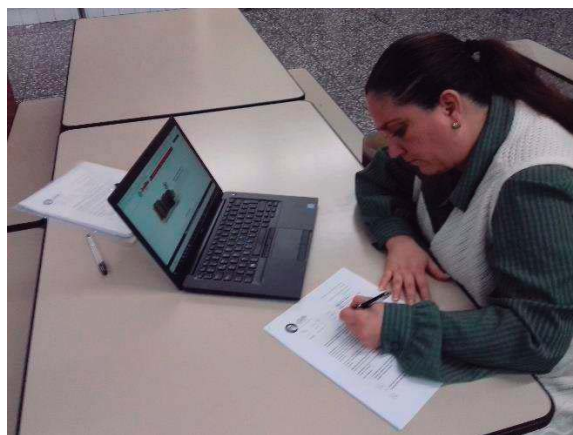
ANDREA MILIT  
 ASESORA



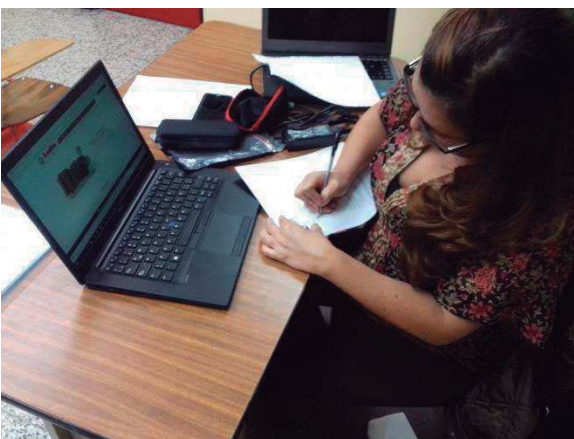
## Anexo G: fotografías de expertos en el proceso de validación.



Lic. Marlon Borrayo



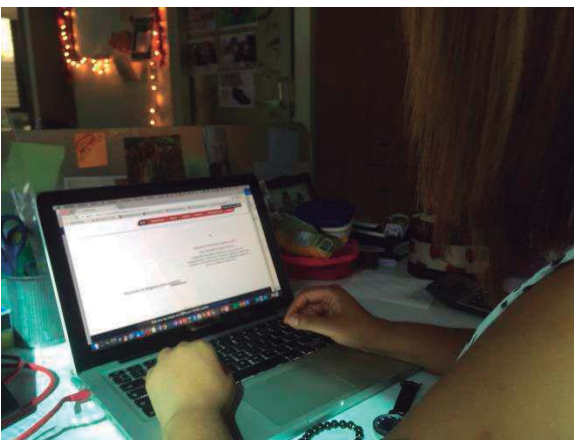
Lic. Lourdes Donis



Lic. Lissette Pérez

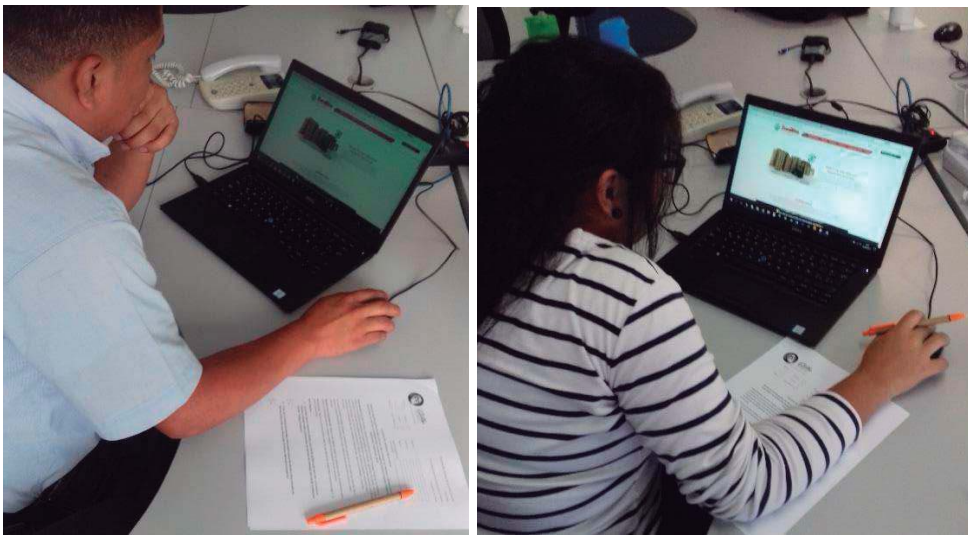


Lic. Rolando Barahona



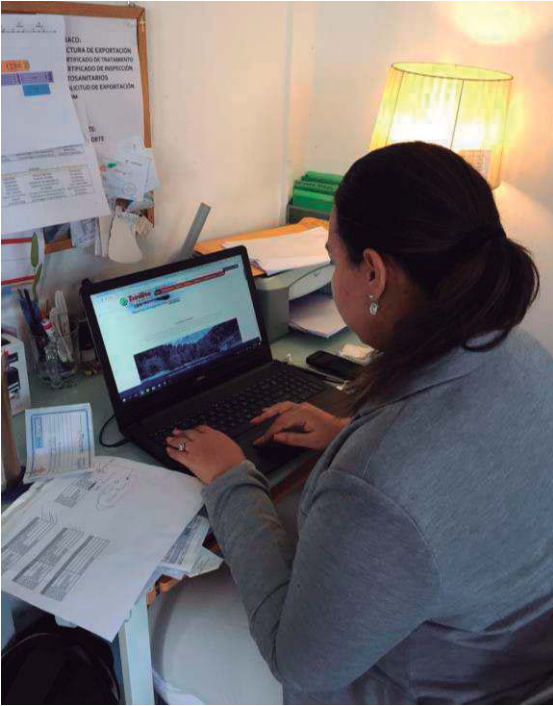
Lic. Yuliana Luna

Anexo H: fotografías de grupo objetivo en el proceso de validación.





Anexo I: fotografía de cliente en el proceso de validación.



Carolina Zelaya (Directora Comercial)

## Anexo J: Tabulación de las respuestas de la encuesta.

## Resultados Encuestas.

- Total Clientes encuestados = 7
- Total Expertos encuestados = 5
- Total Grupo Objetivo Encuestados = 25.
- Total Encuestados = 31.

- Parte Objetiva:

1.) Sí      No  
 Sí = 100%  
 No = 0%  
 III III III  
 III III III  
 |  
 I

¿Considera que es necesario diseñar una interfaz gráfica web para dar a conocer en internet a clientes reales y potenciales, las tarifas de embalaje que vende la empresa Zuilite Trading Company?

2.) Sí      No  
 Sí = 100%  
 No = 0%  
 III III III  
 III III III  
 |  
 I

¿Cree que es necesario investigar información acerca del diseño y diagramación de interfaz gráfica web, para desarrollar de forma adecuada el proyecto?

3.) Sí      No  
 Sí = 100%  
 No = 0%  
 III III III  
 III III III  
 |  
 I

¿Considera necesario recopilar toda la información necesaria acerca de la empresa Zuilite Trading Company para definir el contenido y estructura de la interfaz gráfica web?

4.) Sí      No  
 Sí = 100%  
 No = 0%  
 III III III  
 III III III  
 |  
 I

¿Cree necesario diagramar los elementos gráficos de forma ordenada y con jerarquía visual para que la información sea fácil de leer y comprender?

5.) Sí      No  
 Sí = 97%  
 No = 3%  
 III III III  
 III III III  
 |  
 I

¿Cree que es importante establecer un menú con enlaces que identifiquen los productos e información importante acerca de la empresa para que el grupo objetivo pueda acceder con facilidad al contenido?

Anexo J: Tabulación de las respuestas de la encuesta.

Parte semiológica:			Resultados Encuestas
6.)			
muy Atractivo IIII IIII IIII IIII IIII I muy Atractivo 84%	Poco Atractivo IIII Poco Atractivo 13%	Nada Atractivo I Nada Atractivo 3%	Según su criterio, el diseño de la interfaz gráfica web para la empresa de comercialización de TAVIMAS para empaque es:
7.)			
muy ordenada IIII IIII IIII IIII IIII III 90%	Poco ordenada II 7%	Nada ordenada. I 3%	La manera en que están distribuidos los elementos gráficos (texto, imágenes y formas) en la interfaz gráfica web, hace que esta proyecte una imagen:
8.)			
mucho IIII IIII IIII IIII IIII 77%	Poco IIII I 20%	Nada I 3%	El color utilizado en la interfaz gráfica web se adapta al tema de comercialización de TAVIMAS:
9.)			
Apropriadadas IIII IIII IIII IIII IIII IIII 97%	Poco Apropriadadas I 3%	Nada apropiadas	Las imágenes elegidas para el diseño de la interfaz gráfica web son:
Parte operativa:			
10.)			
Muy legible IIII IIII IIII IIII IIII 81%	Poco legible IIII I 14%	Nada legible	Pienso que el texto en el diseño de la interfaz gráfica web es:
11.)			
mucho IIII IIII IIII IIII IIII 74%	poco IIII IIII 26%	Nada	La ubicación del menú de la interfaz gráfica web es fácil de encontrar:
12.)			
Fácil de comprender y de utilizar el Diseño es consistente. IIII IIII IIII IIII IIII IIII 47%	Comete errores al utilizarlo, pero cuando se cambia una sección una vez se reconoce el error. I 3%	Comete muchos errores, se le dificulta comprender y utilizar, el diseño no es consistente.	Considero que la interacción con la interfaz gráfica web diseñada le ha resultado:

## Anexo J: Tabulación de las respuestas de la encuesta.

13.)			Resultados encuesta
mucho	Poco	Nada	¿El contenido de la interfaz grafica web cumple con la función de informar Accesos de la empresa y sus productos?
97%	3%		

14.)			¿Puede encontrar rápidamente lo que quiere en esta interfaz grafica web?
SI	NO		
97%	3%		

## Observaciones para mejorar.

- Separación de secciones entre páginas color verde.
- Cambiar cuadro en sección productos parece botón.
- Presencia de imágotipo en fotografías o imagen.
- Agregar fotografías.

## Anexo K: Cotización de Host y Dominio

**¡Sí! El dominio está disponible. Cómpralo antes de que alguien más lo haga.**

**zunilitotradingcompany.com**

zunilitotradingcompany.com.mx Agrega esto: \$9.99

~~\$14.99\*~~ **\$11.99\*** Agregar al carrito

---

**📌 Obtén 3 y ahorra 69%**

zunilitotradingcompany.net  
zunilitotradingcompany.org  
zunilitotradingcompany.info

~~\$57.97\*~~ **\$18.00\*** Agregar al carrito

<https://mx.godaddy.com/domains/>

**El plan de Hosting inicial está en tu carrito**

Seleccionar plan

●

**Inicial**

1 sitio web | 30 GB de almacenamiento | Ancho de banda ilimitado

\$2.49/mes

<https://mx.godaddy.com/hosting/web-hosting/>